

Mari OLLO ALCASENA

ADIERAZPEN PLASTIKOA

*PROPUESTA DIDÁCTICA PARA LA INTERPRETACIÓN Y LECTURA DE
LA IMAGEN PUBLICITARIA EN EDUCACIÓN PRIMARIA*

IRUDI PUBLIZITARIOEN IRAKURKETARAKO ETA
INTERPRETAZIORAKO PROPOSAMEN DIDAKTIKOA , LEHEN
HEZKUNTZAN

TFG/*GBL* 2013



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Giza eta Gizarte Zientzien Fakultatea

Grado en Maestro de Educación Primaria /
Lehen Hezkuntzako Irakasleen Gradua

Grado en Maestro en Educación Primaria

Lehen Hezkuntzako Irakasleen Gradua

Trabajo Fin de Grado

Gradu Bukaerako Lana

***PROPUESTA DIDÁCTICA PARA LA INTERPRETACIÓN Y
LECTURA DE LA IMAGEN PUBLICITARIA EN EDUCACIÓN
PRIMARIA***

**IRUDI PUBLIZITATARIOEN IRAKURKETARAKO ETA
INTERPRETAZIORAKO PROPOSAMEN DIDAKTIKOA ,
LEHEN HEZKUNTZAN**

Mari OLLO Alcasena

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES

GIZA ETA GIZARTE ZIENTZIEN FAKULTATEA

**UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA
NAFARROAKO UNIBERTSITATE PUBLIKOA**

Estudiante / Ikaslea

Mari OLLO ALCASENA

Título / Izenburua

Propuesta didáctica para la interpretación y lectura de la imagen en Educación Primaria/ Irudi publiziatarioen irakurketarako eta interpretaziorako proposamen didaktikoa, Lehen Hezkuntzan

Grado / Gradu

Grado en Maestro en Educación Primaria / *Lehen Hezkuntzako Irakasleen Gradua*

Centro / Ikastegia

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales / *Giza eta Gizarte Zientzien Fakultatea*

Universidad Pública de Navarra / *Nafarroako Unibertsitate Publikoa*

Director-a / Zuzendaria

Nerea DE DIEGO MURILLO

Departamento / Saila

Educación plástica / Hezkuntza Plastikoa

Curso académico / Ikasturte akademikoa

2012/2013

Semestre / Seihilekoa

Primavera / Udaberria

Propuesta didáctica para la interpretación y lectura de la imagen en Educación Primaria/ Irudi publiziatarioen irakurketarako eta interpretaziorako proposamen didaktikoa, Lehen Hezkuntzan

Hitzaurrea

2007ko urriaren 29ko 1393/2007 Errege Dekretua, 2010eko 861/2010 Errege Dekretuak aldatuak, Gradu ikasketa ofizialei buruzko bere III. kapitulu hau ezartzen du: “ikasketa horien bukaeran, ikasleek Gradu Amaierako Lan bat egin eta defendatu behar dute [...] Gradu Amaierako Lanak 6 eta 30 kreditu artean edukiko ditu, ikasketa planaren amaieran egin behar da, eta tituluarekin lotutako gaitasunak eskuratu eta ebaluatu behar ditu”.

Nafarroako Unibertsitate Publikoaren Lehen Hezkuntzako Irakaslearen Graduak, ANECAk egiaztatutako tituluaren txostenaren arabera, 12 ECTSko edukia dauka. Abenduaren 27ko ECI/3857/2007 Aginduak, Lehen Hezkuntzako irakasle lanetan aritzeko gaitzen duten unibertsitateko titulu ofizialak egiaztatzeko baldintzak ezartzen dituenak arautzen du titulu hau; era subsidiarioan, Unibertsitatearen Gobernu Kontseiluak, 2013ko martxoaren 12ko bileran onetsitako Gradu Amaierako Lanen arautegia aplikatzen da.

ECI/3857/2007 Aginduaren arabera, Lehen Hezkuntzako Irakaslearen ikasketa-plan guztiak hiru modulutan egituratzen dira: lehena, oinarrizko prestakuntzaz arduratzen da, eduki sozio-psiko-pedagogikoak garatzeko; bigarrena, didaktikoa eta diziplinakoa da, eta diziplinen didaktika biltzen du; azkenik, Practicum daukagu, zeinean graduako ikasleek eskola praktiketan lortu behar dituzten gaitasunak deskribatzen baitira. Azken modulu honetan dago Gradu Amaierako Lana, irakaskuntza guztien bidez lortutako gaitasun guztiak islatu behar dituen. Azkenik, ECI/3857/2007 Aginduak ez duenez zehazten gradua lortzeko beharrezkoak diren 240 ECTSak nola banatu behar diren, unibertsitateek ahalmena daukate kreditu kopuru bat zehazteko, aukerako irakasgaiak ezarri, gehienetan.

Beraz, ECI/3857/2007 Agindua betez, beharrezkoa da ikasleak, Gradu Amaierako Lanean, erakus dezan gaitasunak dituela hiru moduluetan, hots, oinarrizko prestakuntzan, didaktikan eta diziplinan, eta Practicumean, horiek eskatzen baitira Lehen Hezkuntzako Irakasle aritzeko gaitzen duten unibertsitateko titulu ofizial guztietan.

Lan honetan, oinarrizko prestakuntzako modulu desberdinen ikaskuntzak bidea eman digu gertakizun historikoen garapena ulertuz eta hauek gure gaur egungo gizartean duten eragina antzemanaz, Lehen Hezkuntzako irakasleak dugun erronka garrantzitsu bat definitzeko. Urteetan, teoria mailan egiteko sozial garrantzitsua izan duen Lehen Hezkuntzako ikasgai baten bitartez, adierazpen plastikoa, kontsumo gizarte honetan eragiten duen tresna indartsu baten aurrean (publizitatea) azaldu beharreko jarrera mugatu dugu. Soziologia, antropologia eta psikologia bezalako ikasgaien bidez gure testuinguru globala eta ezaugarri partikularrak ezagutu ditugu. Behin historikoki non gauden ulertuta eta irakasle bezala gizarte honetan zein modutan ekin nahi dugun jakinda, gure esku dago proposamen didaktiko egokiak planteatzea. Lan honetan azaldutako erronkari aurre egiteko proposamenak, egokitasuna izatea espero du eta etorkizun hurbil batean hezkuntza sisteman lanean dagoen profesional baten baliabide didaktiko aplikagarria izatea.

Didaktika eta diziplinako moduluak Eremu teorikoan eta proposamen didaktikoan garatzen dira edo islatzen dira. Eremu teorikoa lanaren garapenaren atal bat izateaz gainera, garatuko den proiektuaren funtsa edo zergatia adierazten du, oinarri teorikoa. Kasu honetan abiapuntua gizarte zientzien ikuspegia izan da, eta historian zehar gaurkora iritsi bitarte hezkuntza mailan jazotakoa aztertu dugu. Gertakizun historikoak hezkuntzan eragin dute eta eremu honetan hartutako erabakiak honen isla dira. Hezkuntzaren ikuspegiak bere didaktika zuzentzen du, beraz, ikasgai desberdinek duten ikuspuntua ezagutuz, hezkuntza bera uler dezakegu. Lau urtetan zehar aztertutako ekintza didaktikoei eta sortutako material didaktikoei esker, gaur egun eskuen artean duzun lan honetan proposamen didaktiko bat irakur daiteke, ikasitakotik abiatuta garatu egin dena.

Halaber, Practicum moduluak lanaren azken atalean zehazten dela esan dezakegu, proposamen didaktiko bat delako, etapa jakin baten ikasleen ezaugarriak kontuan hartuta planteatutakoa. 2009.urtean Lehen Hezkuntzako ikasketak hasi genituenetik sei praktika-aldi izan ditugu. Lehenengo lauen bitartez, batik bat ikastetxearen funtzionamendua ezagutzeko aukera izan genuen. Azken bi practicum-etan berriz hezkuntza testuinguru zehatz bat sakonago ezagutu genuen eta honek teoria mailan

ikusitakoa eskoletan zein modutan gauzatzen den jakitea ahalbidetu zigun. Praktikak egin bitarte bereganatutako esperientzia ezinbestekoa izan da proposamen didaktikoaren atal desberdinak zehaztu ahal izateko: metodologia, helburuak, edukiak, garapena eta denbora batez ere.

Beste alde batetik, ECI/3857/2007 Aginduak ezartzen du, Gradua amaitzerako, ikasleek gaztelaniazko C1 maila eskuratuta behar dutela. Horregatik, hizkuntza gaitasun hau erakusteko, hizkuntza honetan idatziko dira “ANTECEDENTES” eta “CONCLUSIONES” atalak, baita hurrengo atalean aipatzen den laburpen derrigorrezkoa ere.

Laburpena

Jaiotzen garenetik, mendebaldeko biztanleak telebista esposizio altua jasotzen dugu, saioen, pelikulen eta iragarkien bitartez. Sorkuntza horiek kultur nozioak transmititzen dituzte eta aldi berean hauengan eragin ere. Kultura bere definizioetako batean gizarte jakin baten elementu identifikatzaileen multzoa bezala ulertzen da. Honen barruan kultura bisuala topatzen dugu, eta 60. hamarkadan mass-mediaren hedapenaren ondorioz, zinema eta publizitatea multzo honen partaide bilakatu ziren. Publizitateak artearen eta kulturaren elementu edota estrategiak erabiltzen ditu bere salmenta helburuak lortzeko. Bere mekanismoen bitartez, identitate kontzeptu pertsonala eta soziala eraldatzen dute, eta kontsumismoaren eta kapitalismoaren ideiak gure jokabide patroietan txertatzen dituzte. Esanak esan, ezinbestekoa iruditu zitzaigun egoera honi aurre egiteko lehen hezkuntzako ikasle potentzial batzuk hartzaile gisa edukiko zituen proposamen didaktiko bat egitea, esposizioaren eragina mugatzeko eta kritikotasuna lantzeko. Kultura bisuala modu sistematikoan lantzeko, eskola-ikasgai proposena Arte Hezkuntzako Hezkuntza Plastikoa dela iruditzen zaigu, irudiak aldi berean bere iturriak eta lan tresnak izateagatik.

Hitz gakoak: artea; kultura bisuala; arte hezkuntza; publizitatea eta identitatea.

Resumen

Desde nuestro nacimiento, los habitantes de occidente estamos en constante exposición televisiva por medio de series, películas y anuncios. Esas creaciones transmiten nociones culturales a la par que inciden en ellas. La palabra cultura en una de sus múltiples definiciones se conoce como el conjunto de elementos que definen a una determinada sociedad. Dentro de cultura nos encontramos con la cultura visual, que en los años sesenta incorporó entre otros dos nuevos elementos a su clasificación, el cine y la publicidad. Con intención de lograr ventas, la publicidad emplea elementos y estrategias tanto de la cultura como del arte. Por medio de sus mecanismos, transforman el concepto de identidad social y personal, e introducen en nuestros patrones de conducta ideas consumistas y capitalistas. Tras lo mencionado nos pareció indispensable plantear una propuesta didáctica para alumnos potenciales

de educación primaria, con el fin de reducir esta incidencia y trabajar la capacidad crítica. Para trabajar la cultura visual de manera sistemática consideramos que la mejor asignatura escolar sería la Expresión Plástica que forma parte de Educación Artística, dado que las imágenes son a su vez, su fuente y herramienta.

Palabras clave: arte; cultura visual; educación artística; publicidad e identidad.

Abstract

Since our birth, the inhabitants of occident are in constant television exposure through advertisements, movies and series. These creations convey cultural notions and at the same time influencing in them. The word culture in one of its multiple definitions is known as the set of elements that define a particular society. Within culture we find visual culture, which in the 1960s incorporated among other, two new elements to its classification, cinema and advertising.

With intention of achieving sales, advertising employs elements and strategies from both culture and art. Through its mechanisms, the concept of personal and social identity are transformed, and they introduce in our conduct models consumerist and capitalist ideas. After the above, it seemed essential to propose a didactic approach to potential students of primary education in order to reduce this incidence and work the critical capacity. To work the visual culture in a systematic way, we believe that the best school subject would be plastic expression, that takes part of the artistic education, because it is considered that images at the same time are your source and tool.

1. ANTECEDENTES, OBJETIVOS Y CUESTIONES	3
2. EREMU TEORIKOA: HEZKUNTZA OINARRIAK ETA INPLIKAZIOAK	7
2.1. Haurreraren garapen moralaren abiapuntu gisa	7
2.2. Identitatea garatzen	11
2.2.1 Publizitatea gure eguneroko bizitzan	13
2.2.2 Kultura identitatearen eraikuntza	18
2.2.3. Kultura eta artea	19
2.2.4. Arte eta publizitatea	19
2.2.5. Kultura bisuala aztergai	21
2.3. Arte hezkuntza	24
3. MATERIALAK ETA METODOAK	31
4. EMAITZAK ETA HAUEN INGURUKO EZTABAIDA	33
4. 1 Eratorritako informazioaren kontsumo orokorrarekin alderatzen	37
4.2 Aztertutako elementuen inguruko datuak	40
4.3 Elkarriketaren eta irudien emaitzak	41
4.4 Proposamen didaktikoa	42
ONDORIOAK/ CONCLUSIONES	63
ERREFERENTZIAK.....	65
GEHIGARRIAK.....	68

1. ANTECEDENTES, OBJETIVOS Y CUESTIONES

Actualmente en los países occidentales casi todos los hogares cuentan en su casa con diferentes aparatos electrónicos, entre ellos una televisión. Como diversos estudios han indicado, cada día son más las personas o familias que tienen más de una televisión en casa. Generalmente, estos aparatos de entretenimiento están ubicados en el salón o en las habitaciones.

Tanto adultos como niños, estamos constantemente expuestos a imágenes, unas naturales y otras transformadas o creadas con alguna intencionalidad. Aquellas que alimentan nuestra cultura visual proceden de muchas fuentes: revistas, diarios, la calle, paisajes, anuncios, etc. Por medio de la televisión recibimos gran parte de esta exposición visual. El poder de la televisión reside en que el mensaje se envía por medio de dos canales, el visual y el auditivo, imágenes y sonidos o palabras que se quedan en nuestra mente.

En la programación de las diferentes cadenas podemos encontrar una gran variedad de canales, cada uno con sus respectivas series, documentales, concursos e infinidad de programas. Lo que la gran mayoría de canales comparte es la publicidad. Los anuncios se repiten en unos y otros. Sufren algún pequeño cambio o adaptación para adecuarse a la lengua del país receptor, pero el contenido y el mensaje no varían. Diferentes autores han analizado la publicidad cómo parte del amplio mundo de la cultura visual. Afirman que la publicidad muestra elementos propios de la cultura, además de aportar a su vez elementos visuales que pasan a formar parte del bagaje cultural publicitario y social.

Por características de la estructura de nuestra sociedad y la concepción de la misma los adultos se encuentran con varias obligaciones durante el día: trabajo, estudios y actos sociales de diversas características. Tal vez debido a ello, el empleo de la televisión como herramienta para cubrir ese espacio de no atención presencial hacia el niño es tan recurrente.

La escuela no puede quedarse al margen de esta realidad y debe responder con los medios que estén a su disposición, dando una respuesta coherente que sea acorde con su perspectiva educativa: “el desarrollo integral del niño, en todos los ámbitos de su vida, partiendo siempre de su contexto”. Debido a que la publicidad emplea medios sonoros y visuales, la manera de integrar este tema dentro de su Curriculum sería mediante la asignatura de Expresión Plástica.

Mediante este Trabajo, se pretende identificar el grado de influencia de la publicidad en los niños del segundo año de educación primaria, y a su vez en base a lo observado proponer actividades que promuevan el análisis crítico de los anuncios televisivos como base para la futura realización de creaciones plásticas. Es difícil precisar a que nivel o de que modo se ve alentado el niño a desear o imitar lo que los anuncios le presentan, dado que la capacidad auto reflexiva está todavía en desarrollo y muchas de sus conductas se basan en la inconsciencia.

Para conocer los patrones de consumo y aproximarse a la posible influencia de la televisión en las elecciones infantiles del grupo analizado, se ha elaborado una entrevista dirigida. A su vez, se han observado que elementos utilizan de manera habitual los niños y si estos están relacionados con productos anunciados en televisión. A pesar de haber planteado la entrevista y la observación para alumnos de segundo año del primer ciclo de educación primaria, el proyecto planteado tendrá como destinatarios alumnos de cuarto año de educación primaria, dado que la capacidad crítica es mayor.

El porqué de analizar las conductas consumistas en los niños de esta etapa es sencillo, conocerlos para así plantear una posible actuación que sirva como medida preventiva. La perspectiva bajo la cual se desarrollará el proyecto, será la que comprende que la publicidad televisiva es a su vez cultura visual y por ello el planteamiento didáctico contará con elementos propios de la materia escolar conocida como educación artística. El Currículum elaborado de modo general a nivel de estado y el elaborado por el gobierno de Navarra entienden que la educación artística debe derivar en dos asignaturas: música y plástica. El Currículum navarro actual dice: “e/

área está integrada por dos lenguajes: plástico y musical.” En este caso la mencionada propuesta didáctica se hará desde la perspectiva artística plástica.

¿Los niños de 7-8 años son conscientes de sus actitudes de consumo? ¿Son capaces de argumentar decisiones a la hora de seleccionar un producto en lugar de otro? ¿Los padres eligen que programas ven sus hijos o son los propios niños los que encienden la televisión y deciden? ¿Qué planteamiento didáctico puede hacer frente a las influencias culturales recibidas por medio de comunicación visual? Las preguntas planteadas tratarán de hallar respuesta durante el desarrollo del presente Trabajo de Fin de Grado, comenzando con el análisis de datos empíricos y finalizando con una propuesta didáctica no aplicada como se ha mencionado con anterioridad.

Los motivos que han llevado a realizar una pequeña investigación y un posterior planteamiento didáctico son los siguientes:

- Dedicación de tiempo insuficiente al estudio de la publicidad dentro de la asignatura de expresión plástica teniendo en cuenta la hipotética influencia que ejerce en niños y adultos.
- Gran cantidad de imágenes publicitarias a las que están expuestos los alumnos.

2. EREMU TEORIKOA: HEZKUNTZA OINARRIAK ETA INPLIKAZIOAK

2.1. Haurreraren garapen moralaren abiapuntu gisa

Europa Press Web aldizkari digitalak 2012. urtean kaleratutako berri batean Espainia mailan kontsumitutako telebista ordu kopurua urtez urte igo egin dela adierazten du. Berriak jasotzen duenaren arabera, 2012.urtean biztanle bakoitza lau ordu baino gehiago egon zen egunero aparailu honen aurrean, 246 minutu hain zuzen ere. Hein berean, portzentaje hauek aurkezten zituen, telebista kontsumo totala erreferentzia gisa hartuta, gure ohitura zein den adierazteko:

Bakarrik ikustea: %43,8

Bikotearekin ikustea: % 39,8

Taldean ikustea (hiru pertsona edo gehiago): %16,5

Egunak 24 ordu baldin baditu, eta horietatik zortzi inguru lo egiteko behar baldin baditugu, eta beste zortzi lan egiteko edo eskolan egoteko, geratzen zaizkigun orduetatik erdia telebista ikusteko erabiltzen ditugula datu garrantzitsua oso iruditzen zait. Zergatia ezagutzea erraza da, erosotasuna. Etxean egon gaitezke eta botoi bat sakatzearekin gustuko kateak ikus ditzakegu inolako esfortzua egin gabe, eserita egonez besterik ez. Telebistak, programak eskaintzeaz gain, iragarkiak erakusten dizkigu ere. Une horietan askok mandoa har dezakete eta katea aldatu, beste batzuk berriz iragarkiak ere ikusten dituzte hasierako helburua ez izan arren.

Adinaren, unearen edota interesen arabera zer ikusi aukeratzea izango litzateke ekintzarik nekagarriena. Aukeratzea, hori da hitz gakoa. Helduok egunean zehar egiten ditugun aukeraketa desberdinen atzean arrazoi jakin bat dago, beti. Gure arrazoiak kritikoagoa, kontzienteagoa edo arinagoa izan daiteke, baina norbaitek zergatia zein den galdetuko baligu zer erantzun jakingo genuke, momentu batean pentsatzea behar izan arren.

Umeekin berriz ez da berdina gertatzen. Kohlberg-ek (Kohlberg, 1992) giza moralaren garapenaren inguruko teoria ezaguna planteatu zuen, Jean Piagetek 1932an

argitaratutako liburua erreferentzia gisa hartuta: “El Juicio moral en el niño”. Bere teoriak garapena hiru mailatan sailkatzen du eta bakoitzak bi etapa ditu: konbentzio-aurrekoa (obedientzia eta zigorrarekiko orientazioa, eta norberaren interesen alde egitea), konbentzio-maila (elkarrenganako aurreiritziak, harremanak eta pertsonen elkar onartzea, eta sistema soziala eta kontzientzia) eta konbentzio-osteko maila (kontratu sozialak eta elkar-printzipio unibertsalak).

Lehenengoan erreferentzia nagusia gu geu gara, zer nahi dugun. Gure nahia eta beharrak asetzeko oraindik ez dugu pazientzia garatu, beraz gure interesak sentitzen ditugunean erantzunik jasotzen ez baldin badugu haserretu egiten gara. Oraindik ez gara gai kanpotik datozen argudioak ondo ulertzeko, beraz hainbat esaldik guretzako ez dute inolako zentzurik: “Orain ezin dugu egin, beste une batean”, “Lasai, orain ezin duzu egin, baina egunen batean ulertuko duzu”, ... Beraz etapa hau oso kritikoa da. Moralaren maila hau lau urte inguru ditugunean hasi eta hamar urte inguru bitarte iraun egiten du.

Hasieran aipatutako artikulua datuak kontuan hartzen baldin baditugu, kezkarria iruditzen zait haurrak egunean zehar jasotzen duen telebista ordu kopurua, batez ere Kohlberg-ek definitutako lehenengo mailan baldin badaude. Artikuluak ez du sexuaren edota adinaren arabera datu alderaketa eskaintzen, baina haurren telebistarekiko esposizio kopurua bi ordu baino gehiagokoa da, bestetik askok telebista bakarrik ikusten dute eta aldi berean helduek baino iragarki gehiago ikusten dituzte.

Nire kezka haurren berezko ezaugarrien ondorioa da. Alde batetik, esan dugun bezala bere nahiak asetzea besterik ez dute nahi. Marrazki bizidunak edo beste edozein programa ikusten ari diren haurrak, iragarkiak jartzen dituztenean ez dute katea aldatzen, berehala ikustea aukeratu dutena jarriko baitute. Bere helburua aukeratutakoa ikustea da, baina ez dira gai ulertzeko bitartean katez alda dezaketela, eta denbora jakin bat igaro eta gero, berriz kate berdina ikusten jarraitu. Horregatik, bere hasierako helburua izan ez arren, katearen beraren, izen berdina duten produktuen edota beraientzako diren produktuen publizitatea ikusiko dute.

Kate desberdinetan programazioaren zerrenda osatzeko arduradunek bere ikerketa partikularrak egin eta gero, badakite haurrek noiz ikusten duten telebista eta bestetik haurrentzako produktuen fabrikatzaileek haurrentzako espresuki sortu diren kateak ezagutzen dituzte. Beraz, modu honetan haurra telebista ikusten duenean berarentzako sortu den publizitatea jasoko du.

Publizitatea eratzen dutenen artean psikologoak daude, giza jokabidea ezagutzen duten adituak. Horregatik, telebistaren bidez kontsumo mezuak jasotzen dituztenak gehienetan ikusten duten hori erakargarria dela sentitzen dute. Helduen kasuan, filtro bat dago eta zerbitzua edo produktua ekoizteak suposatzen dituen eragin baikorren eta ezkorren arteko ebaluazioa egiteko gaitasuna adierazten dute. Abstrakzio maila heldua oraindik garatu ez dutenek berriz, alderdi positiboak besterik ez dituzte ikusten, iragarkiak aurkezten dituen ondorio baikorrak. Hasieran interesa dena gerora nahia faltsuan bilakatuko da, azkar, momentuan, nahi dutenean ase beharreko nahia.

Konbentzio maila ailegatzen denean, 10-13 urte bitartean, egozentrismoa gainditu ohi dugu eta *bestea* kontuan hartzen dugu. *Bestea* gure inguruan dagoen pertsona oro izan daiteke: familia, lagunak, gelakideak ... Besteek, egiten duguna ebaluatzen dutela sentitzen dugu eta zentzu batean beraien arabera ekiten dugu, hau da, gure ekintzak gure balioen prismarekin aztertzeaz gain besteen balio prismarekin ere aztertzen ditugu. Maila honetako lehen fasean, gure erreferentzia gure inguru hurbila da eta bigarreanean gizartea, gizarteak ezarritako arauak eta legedia (ofiziala eta elkarbanatutako baloreak eta moralak).

Gure inguruan dagoen guztia aztertzen dugu eta bere egokitasun maila zehazteko baliogarria zaigu, hau da, bat-batean gure lagun guztiak berde koloreko zapatilak janzten baldin badituzte eta nire zapatilek kolore desberdina baldin badute, arraro sentituko naiz, lekuz kanpo eta besteekin bat egiteko ziurrenik zapatila berdeak erosiko ditut. Beraz, inguruak esango dit egiten dudana egokia den edo ez eta bestetik, egokia denaren inguruko usteak jasotako ereduen arabera egituratuko ditut. Publizitateak ere kanpoan dagoenaren inguruko informazioa ematen digu. Hortaz, akordio sozialen inguruko erregelak ezagutzeko beste bide bat izan daiteke.

Gure kritikotasun mailaren arabera jasotako mezu guztien arteko klasifikazio bat edo beste egingo dugu, hainbat gauza onargarriak direla pentsatuz, beste batzuk berriz, gogaigarriak eta azkenik erdibidean daudenak. Baina nola egiten dugu pauso kritiko hau? Zein da gure erreferentzia ikusi, entzun, usaindu, ukitu eta dastatu dugun hori hobeagoa edo okerragoa den zehazteko? Moralaren garapenaren teoriaren arabera kasu honetan gure jokabidea ardiek dutenaren antzerakoa litzateke, denek bide berdina jarraitzen dugu, sistemak, gizarteak, lagunak edo gertukoak ezarritakoa, honen barne publizitatea dagoelarik.

Hirugarren mailaren arabera, hau da, konbentzio-osteko maila, argudioak, kritikak, eta balorazioak gure filtro pertsonalaren arabera dira. Hala ere ongi dagoena sozialki onartuta dauden hainbat orokortasunen arabera da. Norberak badaki bere buruarentzat kaltegarria dena eta ez dena. Lege goren hori besteekin ere erabiltzen da, “ez egin besteei zuri egitea gustatuko ez litzaizukeena”. Hainbat printzipio etiko unibertsal daude, hala nola justizia, giza duintasuna, edo berdintasuna. Printzipioak ulertu eta onartu egiten dira, zentzuzkoak direla ulertzen da.

Eta honetan jasotzen ditugun mezuak ez dute modu berdinean eragiten. Jada propioa den balore sistema ezarri dugu eta gure onura edo interesak kontuan hartzeaz gain, besteak ere kontuan hartuko ditugu, ez gure balioak edota ekintzak aztertzeke, baizik eta kalterik ez egiteko.

Hiru mailak aztertu eta gero esan dezaket etapa kritikoa 4-13 bitartekoa dela. Urte hauetan zehar jasotzen ditugun mezuen aurrean kritikotasuna nola erabili erakutsi beharko genuke. Horregatik ezinbestekoa iruditzen zait ikasleak, jasotzen dituzten irudien aurrean, hezituak egotea. Heziketa etxean gerta daiteke edota eskoletan ere. Eskola giza erakunde bat da eta pertsona baten garapen urte garrantzitsuenak hartzen ditu bere gain, beraz, publizitatearen aurrean azaldu beharreko jarreraren inguruan hainbat argibide ematea oso lagungarria litzateke. Bestetik, aipatu beharra dago identitatearen oinarriak urte hauetan finkatzen direla, hortaz identitatearen kontzeptuaren eraikuntzan eragiten duten faktoreak kontuan hartu beharko genituzke.

2.2. Identitatea garatzen

Gaur egun, globalizazio prozesua ez da zalantzarik. Ideiak eta merkantziak planetaren edozein gunean sor daitezke eta kilometrora dagoen beste edozein puntura ailegatu. Prozesu honetan murgilduta gaude eta orduan identitatea bezalako kontzeptua definitzea zailago edo konplexuagoa suerta daiteke.

Identitatearen barruan alderdi desberdinak daude, batzuen ustez identitate motak izan daitezkeenak: historikoa, kulturala, lurraldekoa, hizkuntza identitatea, sozioekonomikoa eta politikoa.

Kontzeptu hau gizarte zientzietan Erick Erickson psikoanalistaren lanen eraginez erabiltzen hasi zen. XX. mende erdialdean kontzeptua, nerabeen eta bere arazoen inguruko lan bat aurkeztu zuenean azaldu zen, krisi pertsonala gainditzeko moduez ziharduen. Bere ustez, identitatea “sentimendu bat da, barneko izatea eta jarraitasuna sentitzea, norberak bere buruarekiko duen pertzepzioa eta bere buruari nor naiz galdetzean azaltzen dena” (Erikson, 1990).

Nortasuna definitzeko alderdi soziala edo norbanakoa kontuan har daiteke. Pertsona bati “nolakoa zara?” edo “nor zara?” galdera egiten baldin badiogu, hainbat ezaugarrien inguruan arituko zaigu eta ezaugarri horiek bakarkakoak zein sozialak izan daitezke:

- Bere gorputzarekiko ikuspegia.
- Bizilekua eta honekiko duen sentimendua.
- Hizkuntza.
- Denbora pasa espazioak eta ekintzak.
- Bere inguru hurbilarekin harremanean jartzeko modua.

Guzti horien arteko nahasketa jakinak pertsona bakoitza desberdina izatea eragiten du, baina, aldi berean bakoitza modu indibidualen hartzen baldin badugu, edozein pertsona talde batetan edo bestean sailka dezakegu.

Identitateak barneko hausnarketa eskatzen du, norberaren gaitasunak eta potentzialki dituenak ezagutzea; gure balioen inguruko hausnarketa egitea eta izaki bereizgarri gisa definitzen gaituen zeinuak identifikatzea. Baina gu, izaki sozialak garen heinean, ezin gara izaki isolatu gisa definitu, hortaz, gure nortasuna definitzeko garaian taldearekin ditugun antzekotasunak eta desberdintasunak ere hauteman beharko genituzke. Horregatik, kontzeptu hau filosofiaren eta psikologiaren ikuspegiaren pean aurkeztu zaigu nortasun sozialaren inguruan kaleratu diren lehen lanetan.

Esandakoa kontuan hartuta, identitatea talderekin lotuta dagoen hitza dela baieztatu dezakegu. Gizarte psikologiaren ikuspegiaren pean Henry Tajfelek nortasun sozialaren inguruko teoria planteatu zuen. Pertsonen bere inguruarekin lotura harremana ezartzea ahalbidetzen dien harreman edo lotura psikologikoa dela zioen. Lotura hau ezar dadin pertsonen hiru ezaugarri hauek bete behar dituzte:

- Taldearekiko atxikitasuna duela sentitzea.
- Taldearekiko atxikimenduak kalifikatzaile baikorra edo ezkorra izatea suposatzen duela jakitea, kontzientea izatea.
- Taldearekiko atxikimendu-kontzientziatik eratorritako baikortasun edo afektibotasun sentimendua sentitzea (Aquiles, 2002).

Ikuspegi honen arabera identitateak ezaugarri soziala du eta ezaugarri hau bereizgarria edo parte hartzailea izan daiteke. Parte hartzailea talde batekiko harremana gisa ulertzen delako eta baztertzaila beste taldeekin desberdintasunak daudela zehazten duelako.

Historian zehar talde desberdinek eratutako elementuekin, sortutako harremanekin eta adostutako giza arauarekin kultura sortu zen. Kulturaren definizioa bikoitza da. Batetik, eskuratutako jakintza zientifiko edo artistikoen ondare bezala uler daiteke, eta bestetik, gizarte bat karakterizatzen duten egitura sozial, erlijioso edo bestelakoen multzo bezala (Jaurilaritza, 2013). Gure kasuan bigarren ikuspuntua izango da oinarri.

2.2.1 Publizitatea gure eguneroko bizitzan

Nortasunaren inguruan ari baldin bagara ezinezkoa da publizitatea albo batera uztea. Haurrengan bereziki izan dezakeen eragina aipatu dugu, baina aberasgarria litzateke egunero gure begietara eta belarrietara ailegatzen den informazio iturri hau sakonago aztertzea.

Allen Ginsberg poeta Estatu Batuarrek esan zuen: “Quién controla los medios controla la cultura”. Telebistaren bitartez nortasun elementuak diren zeinu kulturalak jasotzen baldin baditugu, eta modu inkontzientean gure identitatean txertatzen baldin baditugu, esan nahi du publizitatearen eratzailleak eta hauen atzean dauden enpresa edo erakundeak kultura zer den erabaki dezaketela. Hau dela medio gure nortasunean eragin dezakete.

Inor ezin dezake zalantzan jarri iragarkietako abestiak, sinboloak, egoerak, ... gure egunerokoan erreproduzitzen ditugula eta besteekin elkarbanatzen ditugula. Nork ez du gidatu bitartean bere ezker besoa kotxetik atera eta iragarki famatu batean pentsatu adibidez, “gidatzea gustuko duzu?”

“Pero la publicidad no sólo supone un mecanismo de reproducción de lo social, también constituye una máquina productora de nuevos hábitos, de adopción de otros comportamientos, incorporación de modismos lingüísticos, formas de vestir o de peinarse, tipos de alimentación e ideas sobre la salud, la belleza, lo socialmente aceptable o lo políticamente correcto” (Eguizábal, 2009, 4).

“Durante años la publicidad se ha ocupado de suministrar héroes (el vaquero de Marlboro, el hombre de Martini) y sobre todo símbolos. Nadie puede imaginar nuestra cultura, nuestra cultura global confeccionada a medida de las multinacionales, sin los símbolos de Nike o de Coca-Cola, de Gucci o de Yves Saint Laurent. Ni siquiera puede hablarse ya de una cultura norteamericana, aunque el control de las industrias culturales siga fundamentalmente en sus manos, Japón o Brasil, Irlanda o, no digamos, China” (Eguizabal, 2009, 30).

Bigarren paragrafo honek jartzen dituen adibideak zentzu batean antzemangarriak izan daitezke, sinbolo edo esaldi oso ezagunak direlako. Baina, gure

errutinetan txertatzen ditugun jokaera edo pentsamoldeak indar gehiago izan arren hautematea zailagoa da, azkenean jatorriz edo betidanik gureak direla sinetsi dezakegulako, ideia hori genetikoki emana izango balitz bezala. Estetikarekiko menpekotasuna edo enpresa farmazeutikoek sortutako botiken gehiegizko erabilera adibide argiak dira.

Estetikaren atzean gorputza osasungarri edo erakargarri mantentzeko produktu edo zerbitzu guztiak daude: kirol ekintzak, ebakuntzak, kosmetikoak, arropa, apaingarriak, etab. Oraindik ere, ildo honetako iragarkien hartzaile nagusia emakumea da.

Esate baterako emakumeek geure buruari portaera jakin bat eskatzen diogu, modu honetan onartutako estetikaren ideiari erantzuteko. Gizonezkoek ideia hauen egotea bermatzen dute, kontrako portaera dutenen aurrean kontrako jarrera azalduz. Ikus depilazioaren kasua. Besapea edo hankak depilatuak ez dituen emakume baten aurrean harridura edo nazka erakutsiko dugu, emakume eta gizonak ere (biztanleriaren portzentaje altu baten eskutik). Gizon bat egoera berdinean ikusten baldin badugu, ez dugu inolako erreakziorik erakutsiko. Gu, emakumeak gaizki sentitzen gara jada sozialki esleitu zaigun portaera ez adieraztekotan.

Enpresa farmazeutikoen eredua oso argia da ere. Egunero telebistan gure osasunarentzako lagungarriak izan daitezkeen produktuak ikusten ditugu. Neguan adibidez, hortzeriak eragindako hainbat sintoma saihesteko edo horiei aurre egiteko hainbat produktu ikus ditzakegu. Ziur nago zu, irakurle gisa orain buruan halako pare bat gutxienez izango dituzula. Botika askok errezeta behar duten arren, beste askorekin ez da horrela gertatzen eta edozein sintoma sentitzean gure kabuz erosten ditugu.

Osasunaren aitzakiaz etekin ekonomikoa bilatzen duten enpresari hauentzat lan egiten duten publizistek, ondo dakite zein estrategia bilatu bere produktua bestetatik desberdintzeko eta gure etxeetako botikina beti “badaezpadakoez” beteta egon dadin.

Biztanleriaren gehiengoak, urteetan zehar hainbat eritasun edo sintoma gainditzeko baliogarriak eta eraginkorrak ziren sendabelarrak jada ez ditugu ezagutzen.

Propuesta didáctica para la interpretación y lectura de la imagen en Educación Primaria/ Irudi publizatarioen irakurketarako eta interpretaziorako proposamen didaktikoa, Lehen Hezkuntzan

Buruko min sinple bat sentitu bezain pronto botika bat hartzeko ohitura gurea egin dugu, zergatia jakin gabe eta ea pasatzen den edo ez itxaron gabe.

Publizitatearen ezaugarriekin jarraituz, hiru motatako iragarkiak desberdindu daitezke: arrazionalak (informazio tekniko edo deskribatzailea ematen dute), emozionalak edo liluragarriak (emozio irrazionalak deitzen diete) eta biak tartekatzen dituztenak. Bien bitartez produktu edo zerbitzu jakin batzuen bereizketa lortzea da helburua, beste batek eskaini ez dezakeen zerbait duela, zerbait berezia.

Iragarkiak arrazionalagoak edota emozionalagoak izan arren, bertan agertzen diren pertsonak edo pertsonaiek gure alter ego-a izan ohi dira, gure ordezkaria. Lotura hau alderdi emozionalarekin harreman dezakegu. Telebistan azaltzen diren pertsonaiekin ezartzen den loturaren arabera, arrakasta maila aldatuko da. Lotura hau pertsonaiekin eta bere sinesgarritasunarekin ematen da, baina batez ere, beraiek bizi dituzten fikziozko egoera edo sententzioekin. Guregan duten eragina behaketa bidezko ikaskuntzaren emaitza da.

Behaketaren bidezko ikaskuntza (Walters, Albert Bandura y H., 1990), ikusten ari garen pertsona edo talde baten portaerak duen eragina aztertuz jazotzen da. Giza ikaskuntza edota ikaskuntza “vicario”-a gisa ezagutzen da ere. Gu, ikusle gisa, beste batek duen jokabidea aztertzen dugu, eta jokabide horrek eragiten dizkion ondorio ezkor edo baikorrak. Horren arabera, imitatu dezakegun jokabidea den edo ez ondorioztatuko dugu. Portaera jakin baten emaitzak baikorrak direla iruditzenkotan baliteke noizbait imitatzea, ezatseginak direla pentsatzean ordea, ziurrenik ez ditugu burutuko.

Gizaki sozialak garen heinean, egunero gure inguruan dagoen jendeak egiten duena azter dezakegu eta modu honetan arau sozialak barneratu. Gure inguruan gertatzen dena errealitatea da, benetako pertsonak daudelako, egoerak asmatu gabekoak dira. Interakzioaren adierazpen naturala da. Iragarkietan gertatzen dena berriz, pelikuletan, interneten edota telesailetan bezala, faltsua da, asmatua. Pertsona talde baten sortze-lana da, helburu jakin batzuekin eginga.

Helduak garenok informazio hau ezagutu arren, iragarkietan azaltzen den jendeak *bizi* dituen egoerak, adierazten dituen sentimenduak, eskuratzen dituen abantailak, lortzen dituen arrakastak ... sinesten ditugu. Produktu bat erosten

dugunean, sentimendu berdina esperimentatzea espero dugu, baina ez da horrela gertatzen. Izaki arrazionalak izan arren eta esan bezala jada egoera hau ezagutu arren, behin eta berriro asmatzaile batzuen “promesa faltsuak” sinesten ditugu. Beraz, zer gertatuko da oraindik bulkada emozionalei garrantzia gehiago ematen dieten horiekin?

Proposamen didaktikoaren bitartez publizitatea estrategia batzuen ezagutza bultzatuko dugu. Jarraian horietako bat jaso dugu. Iragarkiak ikusleen eta kontsumitzaile potentzialen arreta bereganatu behar dute bere mezua entzun dezaten. Horretarako hitz gako batzuk daude, arreta pizteaz gain erosteko beharra bultza dezaketenak:

1. *Doakoa*: indar asko du, berehala gure begiak eta belarriak iragartzen dena jaso nahi dute. Askotan produktu bat saltzen digute eta honekin batera berdina den beste bat edo beste produktu emango digute, doan. Modu honetan, bat beharrean bi eramango ditugu eta gure buruan erosle ona izatearen ideia azaltzen da.
2. *Berria*: gure munduan gertatzen denaren inguruko informazioa kontsumitzen dugu etengabe, honek gure jakin-mina naturala dela erakusten du. “Notiziak” berriak dira, interesgarriak. Berria hitza entzuten dugunean gure jakin-minari deitzea suposatzen du. Hitz honekin gainera, eragin psikologikoa bikoitza da. Ezagutzen ez duguna nola den jakiteaz aparte, iragartzen den hori beste inork baino lehenago ezagutu nahi dugu, gizakiak lehiakorrak garelako.
3. *Azkenean*: hitza konponbidearen sinonimo gisa erabiltzen da. Produktu edo zerbitzu batek orain arteko arazoekin amaituko duela. Gure bizitza hobetzen dute, beraz, behar ditugu.
4. *Nola*: aurrekoarekin antza handia du, baina bere ikuspegia desberdina da. Egiten dugun edozein ekintzaren oinarria ezagutza da, nola egin jakitea. Baina ezagutza hau falta zaigunean, nola ebatzi jakiteko informazioa behar dugu, beraz kanpoan “nola egin” hori bilatu beharko dugu. Informazioa saltzeko hitz oso aproposa da: “.... bidez liburu bat hilabete batean nola idatzi jakingo duzu”.
5. *Egin kasu (Atención erdaraz)*: aurkeztuko dizutena pena merezi duela adierazten digu, halako aukera ezin dugula galdu. Giza ezaugarri propioari esker

gertatzen da, norbaitek edo zerbaitek gure arreta eskatzen digunean automatikoki prest gaude eta sango digutenaren zain geratzen gara.

6. *Orain/ oraintxe bertan* (Ya erdaraz) : larrialdi bat dagoela adierazten digu, premia dagoela. Ez dugu itxaron behar, orain izan behar da, nahi duzunean izango duzu. Beraz erabakia gure esku jartzen dute. Iragarkiek seinalea ematen dutenean gure esku egongo da noiz ekin erabakitzea. Adibideak: “Konponbidea jada zure esku dago, zurea da nahi baduzu”, “ez zara ...-kin gehiago arduratu beharko, nire produktuarekin jada arazoa amaitu da, erosi orain” ...
7. *Zu, bai*: oso eraginkorra da bezeroei zuzenean hitz egitea, modu honetan interesa azaltzen duten horiek mezua beraientzat bakarri dela sentituko dute eta besteak berriz ez dute kasurik egingo. Bi modutan erabili daiteke: 1. “Zure ezaugarri pertsonalen arabera multzo batean zaude eta zu bezalakoak produktu hori behar dute”. 2. “Zurea den arazoa konpontzeko aukera ematen dizun produktua hortxe dago, zure esku dago konpontzea edo ez, oso erraza da”.

Bere produktua salgai jarri nahi duen pertsona orok aipatutakoaz gain beste hainbat estrategia erabiliko ditu. Horretarako, informazioa bila dezake edota publizitate agentzia baten zerbitzuak ordaindu. Beraien esku dagoen informazioa gure esku ere egon daiteke, baina gure kasuan kontrakoa lortzeko erabili beharko genuke. Bere tresnak ezagutuz , horien indarra nola saihestu jakin dezakegu. Gure kasuan “Estrategias de Publicidad y Promoción” liburua erabili dugu (Addison-Wesley, 2002).

Liburuak lau atal ditu eta horietako bi kontsumitzaile potentzialaren arreta deitu eta bere kontsumoa sustatzeko kontuan hartu beharrekoa dago jasota. Ataletako batean baldintzatze sozialaren inguruan mintzatzen da. Azken batean, hori da iragarkietan azaltzen diren elementu guztien helburua, gure jokabidea baldintzatzea, kontsumitu dezagun. Aipatutako guztia kontuan hartuta, berriz ere eskolak duen egitekoa azpimarratu beharko genuke. Argi geratu da publizitateak erabiltzen dituen tresnekin gure identitate zeinuak alda daitezkeela eta gure jokabidea inkontzientearen bidea jarrai dezakeela, beraz, nahitaezkoa da gure nortasuna ondo definitzea eta publizitateak izan dezakeen eragina ezagutzea, ondoren gure erabakiak kritikoak eta kontzienteak izan daitezen.

2.2.2 Kultura identitatearen eraikuntzan

Jaiotzen garenetik inguruan duguna behatzen dugu eta ekintzak, jokabideak, soinuak edo jasotzen dugun guztia imitatzen hasten gara. Imitazio prozesua oharkabea egiten dugu. Lehenengo urteetan gure familia izango da guregan eragin handiena duen agentea, ondoren eskola eta bertan egindako lagunak, aurrerago guk aukeratutako lagun edota bikotea, eta azkenik gure inguru hurbilean dauden pertsona edo komunikabideak.

Horrela, kultura bezala ezagutzen dugu gizakiari “hazten” edo “egiten” lagunduko dion edozein ekintza, bai bere sentimendu intimoenak adierazi edo komunikatuz, baita bere burua eta bere ingurunearen azterketa eginez talde identitate eta nortasun propioa garatuz. Baina, zein elementuk osatzen dute kultura jakin bat? Lengoaia, inguru fisikoa, sinboloak, erritoak eta ospakizunak, balioak, arauak eta usteak. Hazten garen heinean onartzen ditugunean kultura gurea egiten dugu, beraz kultura kolektiboa gurea ere izango da. Modu honetan, gure inguruarekin bat egiten dugu, sozializazio prozesua gauzatzen da.

Hitzaren definizioan parte hartzen duten elementuak diziplinaren arabera izango dira, hau da, gizarte zientzien multzoa osatzen duten diziplinen arabera: antropologia, soziologia, historia, estetika, etika edo psikologia.

Heldutasun kritikoa dugunean gure usteen, balioen, ohituren ... inguruko hausnarketa egiten dugu eta zeinu kultural orokorrak gureak egin nahi ditugun erabakitzen dugu. Azkenean, gure eta besteen arteko ideien arteko nahasketarekin gure nortasuna definituko dugu. Gureak egin ditugun ezaugarriak erabiliko ditugu, besteei helarazi, erreproduzitu, ekin. Gure inguruan dauden pertsonak orduan guk egiten dugun prozesu berdina egingo dute: ikusi, zeinu kulturalak antzeman eta erabakiak hartu. Hortaz, batetik kultur kontsumitzaileak gara eta bestetik kultura erreproduzitzen duten izakiak.

Errealitatea, usteak, nahiak eta beste hainbat egoera edo sentimendu adierazten duen kultur beste elementu bat aipatu beharko genuke: artea. Arteak zerbait esaten digu, zerbait komunikatzen digu. Historian zehar egin diren ekoizpen Propuesta didáctica para la interpretación y lectura de la imagen en Educación Primaria/ Irudi publizatarioen irakurketarako eta interpretaziorako proposamen didaktikoa, Lehen Hezkuntzan

artistikoei esker, mendeetan zehar mundua ulertzeko egon diren korrante eta modu desberdinak helarazi zaizkigu.

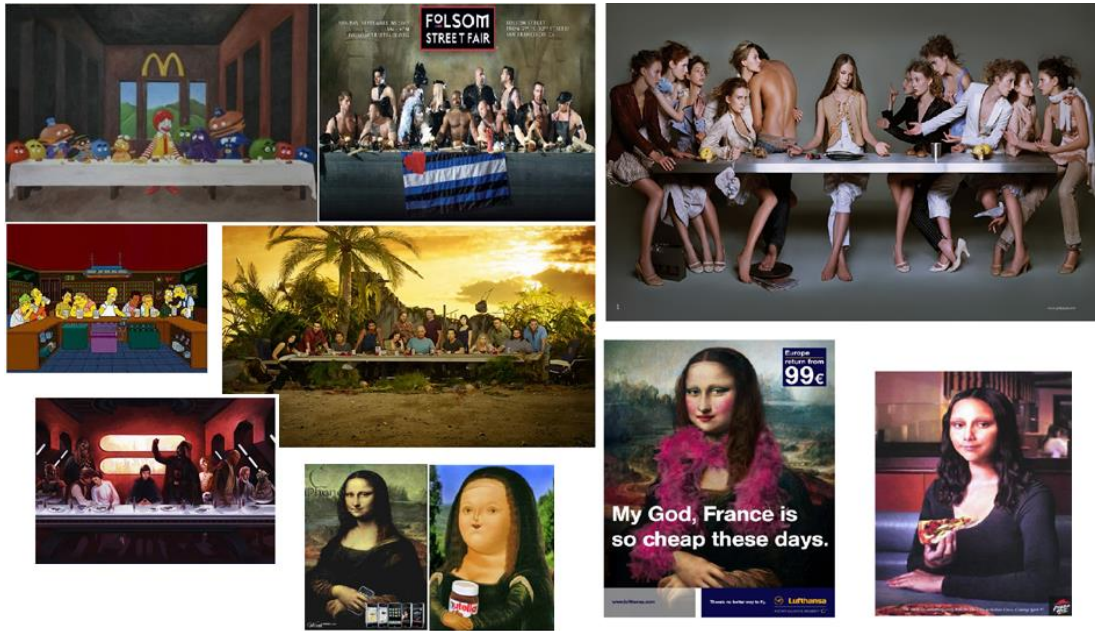
2.2.3. Kultura eta artea

Bi kontzeptu hauek askotan elkarrekin azaltzen dira, zibilizazio jakin bat definitzen duten produktu artistiko eta kulturei erreferentzia egiten zaionen batez ere. Batzuetan, elementu artistiko gisa identifikatutako produktu hauen bidez, kultura bizi-talde desberdinen inguruko bizimodua eta ideologia interpretatzen dugu, ulertzen saiatzen gara.

Gaur egun oraindik, arte hitza isolatuta erabiltzen denean arte nagusiei erreferentzia egiteko izan ohi da: margolarak, eskultura eta eraikuntza. Arte hitza abizena duenean beste hauei egiten die erreferentzia: arte eder klasikoa (dantza, musika eta literatura) eta arte berriak. Azken multzo honetan zinema (zazpigarren artea), eta argazkilaritza, komikiak, telebista eta publizitatea daude (zortzigarren edo bederatzigarren artea) .

2.2.4. Artea eta publizitatea

Batzuen ustez publizitatea artea da, aurreko klasifikazioan ikusi dugun bezala, baina beste batzuen ustez publizitateak artelan ezagunak, hauen ezaugarriak edota bere tresnak erabiltzen dituen giza sorkuntza da, bere kontsumo helburuak lortzeko. Eredu gisa Leonardo da Vinciren bi lan oinarritzat hartuta eratu diren hainbat iragarki aukeratu ditugu. Jatorrizko artelanak “Azken afaria” eta “La Gioconda” dira.



1 Irudia: artelanak publizitatean

William Ospina poeta, nobelagile eta saiakeragile Kolonbiarrak adibidez dio, bakoitzak oso helburu bereizgarriak dituela. Publizitateak paisaiak, objektuak, elementuak eta izakiak erabiltzen ditu zerbitzu edo produktu baten kontsumoa sustatzeko. Mendiak kotxeak saltzeko, basamortuak freskagarriak saltzeko eta giza gorputza arropa saltzeko. Arteak berriz, elementuok bere balio estetikoarengatik, esanahiarengatik edo inplikazioengatik erabiltzen ditu, berezko balio dutelako.

Idazle honen ustez, bere gain hainbeste baliabide dituen produkzio mota hau munduan jazotzen diren hainbat gertaerarekiko sentsibiltate gehiago erakutsi beharko luke, hala nola, ingurugiroaren kutsadura eta bere eragileak, hiri modernoek eraldaketa (itsusiagoak), industria zaborraren ugaritasuna, etab. Publizitatea artea balitz, gizatasunaren izenean hitz egin beharko luke eta ez industriaren izenean bakarrik.

Iragarkiak elementu artistikoak direla pentsatu edo ez pentsatu arren, egia da elementu artistikoak erabiltzen dituztela eta artea giza produkzioa denez giza inplikazioak dituela. Arrazoi hau dela eta, publizitatea aztergai izan behar da eta eskolek hezkuntzaren ardura zerrendan idatzi behar dute.

2.2.5. Kultura bisuala aztergai

Gure helburua ez da kultura bisualaren multzoan sartzen diren irudiak zeintzuk diren esatea, baina argi utzi nahiko genuke hainbat irudi kultura gisa ulertu ez arren bere indarra eta eragina ukaezina dela. Kultura bisuala ez dagokio arteari bakarrik. Ikusizko elementuak izan behar ditu multzo honetan sartua izan dadin, eta aldi berean elementu kulturala izan.

Maria Acasok "Esto no son las torres gemelas" liburuan honen inguruan mintzo da. Liburuaren beraren izenburua irudiarekin bat osatzen duen tandem oso adierazgarria da eta zentzu batean sintesi bikain gisa balioko litzaiguke: liburuko azalean agertzen den irudia, 2001. urtean suntsituta izan ziren dorre bizkien adierazpen grafikoa da, ez dira jada desagertutako dorreak. Liburuko esaldiak Magritte margolari surrealistaren lan bati erreferentzia zuzena egiten dio, hau da, testuartekotasuna dago. Artista honek anbiguoekin jolasten zuen, bere esanahia erabilitako irudiekin aldarazten zuen eta modu honetan objektu errearen eta margotutakoaren arteko harremana zalantzan jartzen zuen.



La traición de las imágenes (Esto no es una pipa) 1928/29. Los Angeles, County Museum.



Interneten topatutako dorre bikien irudia.

2. irudia: errealtatea eta irudiaren arteko harremana.

“Esta ausencia de frontera entre realidad y representación nos lleva a afirmar que el poder que tienen las imágenes sobre nuestro concepto de verdad es tal, que todos nosotros consideramos cierto lo que a través de ellas se representa. El *efecto realidad*, (denominado así por Roland Barthes en su libro *La cámara lúcida*) hace

que entendamos cualquier representación visual como un documento y, por tanto, no pongamos en duda su contenido” (Acaso, 2006).

Baieztapenak argazkiei eta bideoei egiten die erreferentzia. Irudi batean edo hauen sekuentzia batean elementu deigarri batek faltsu izan daitekeenaren ustea transmititzen ez baldin badigu, zuzenean, benetakoa dela edo egiazkoa dela irudituko zaigu. Modu honetan inolako zalantzarik gabe barneratuko dugu. Teleberrietan, egunkarietan eta hainbat aldizkarietan topatzen ditugun irudiak benetako espazio edo une baten adierazle gisa ulertzen ditugu. Gauzak horrela, irudien aurreko alfabetizatzea beharko genukeela deritzogu.

Iturri desberdinak daude osaketa bisualak igortzeko: Internet, zinema, publizitate-hesiak, telebista, aldizkariak, dendetako erakusleihoak eta prentsa besteak beste. Aipatutakoak, gizakiak komunikatzeko ditugun hiru informazio motak erabiltzen dituzte: ahozkoa (entzutea eta hitz egitea), testuala (idazten eta irakurtzen duguna) eta bisuala (ikusizko lengoaiaren bidez kodifikatu eta dekodifikatzen dena). Mendebaldean historikoki informazio idatziari eta ahozkoari garrantzia gehiago eman zaio. Harritzekoa da 60.hamarkadan masa-komunikazioen hedapenetik komunikazio sistema indartsuena bisuala delako.

Aipatutako iturriak hiru adierazpen bisual taldeetan sailka ditzakegu José Jimenez arte teorikoaren arabera: informazio adierazpen bisualak, entretenimendu eta komertziorako adierazpen bisualak eta adierazpen bisual artistikoak. Hirurak “mundu bisualak” multzoa osatzen dute. Benetako munduarekin paraleloan daude.

Teorikoki lehen taldean, informazioa ahalik eta modu neutralenean igortzea helburu duten irudiak sar daitezke. Hirugarrenean artisten ekoizpenak ditugu. Bigarrenenean irudi kopuru handiena topatzen dugu. Bere helburu gorena ikuslea ez pentsaraztea da. Iturri desberdinen bidez jasotzen dituen irudiek eta egoerek bere pentsamendua arazoetatik aldentzea eragiten diote. “Pentsamendu biguina” deritzona eragiten dute. Besteen arazoak edo egoerak bere arduretan bilakatzen dira.

Propuesta didáctica para la interpretación y lectura de la imagen en Educación Primaria/ Irudi publizatarioen irakurketarako eta interpretaziorako proposamen didaktikoa, Lehen Hezkuntzan

Eredu argi bat aipa dezagun , futbol talde batek behar baino puntu gutxiago eskuratu dituela. Modu honetan, bere egunerokoan eragiten dituzten beste arazoak albo batera utziko ditu, gure ustetan garrantzia gehiago duten beste arazo sozialekin batera.

“Pentsamendu biguina” eragiteaz aparte, subjektuen nortasuna modelatzen du idealak edo bizi ereduak eratuz. Ikusten duguna, denek bizi beharreko edo izan beharreko eredu gisa eskaintzen zaigu. Zentzu batean ekintzak arauak bailiran uler daitezke: zer erosi, nola jantzi, zein kolore aukeratu, nora joan, nori eman gure botoa ... Gure aukeraketaren arabera talde jakin batean egongo gara, multzo jakin batean, sailkatuta, etiketa bat izango bagenu bezala.

Kanpoko ereduak gureak egiten ditugunean “inportatutako ezagutzak”, “ezagutza propioaren” lekua ordezkatzeko dute. Inportatutakoa, besteek guretzako egin den mundu antolatua inguruko nozio multzoa da. Propioa berriz guretzako antolatutako nozio multzoa.

Esanak esan, arraroa da ulertzea beste informazio iturriak baino presentzia nabariagoa baldin badu, hezkuntza sistemak ematen dion arreta eskasa. Bi arrazoi hauteman daitezke.

1. Hezkuntza sistema eta berarekin parte hartzen duten agenteak aldaketei erantzuteko duten gabezia edo jakintza eza, nola egin ez jakitea.
2. Jatorriz hezkuntza sistematik kanpo daudenen interesak: gobernuak, enpresa handiak eta erlijio talde handiak.

1979. urtean Jean François Lyotard filosofo frantsesak “La condición postmoderna” kaleratu zuen. Honetan “kontaketa handia” (gran récits) kontzeptutik eratorritako “metanarratiba bisuala” ideia planteatu zuen. Metanarratiba edo makronarratiba boterea dutenek igorritako kontakizunen multzoa da. Gizakiak komunikatzeko dituen lengoia mota guztiak erabiltzen dituzte, eskura dauden bide guztiak. Kontaketa hauen sortzaileak, bigarren arrazoi posible gisa planteatutakoaren arduradunak dira: gobernuak, enpresa handiak eta erlijio talde handiak.

2.3. Arte hezkuntza

Arte hezkuntza pertsona baten eremu desberdinetan koka daiteke: bere hausko ekintzetan, museoetan, kalean edo eskolan. Eskolan modu formalean aurkezten zaigu, hau da, diseinatu egin behar da eta programazio batean, aukeratutako ariketen zergatia, edukiak, metodologia eta helburuak zehaztu. Erabaki hauek hurrek etapa bakoitzean dituzten ezaugarriak kontuan hartuta hartzen dira. Horretaz gain, gobernuek, autonomia erkidegoek eta eskolek ikasgaiaren eta hezkuntzaren beraren inguruan duten ikuspuntuak eragiten du. Azkenik, artearen beraren kontzepzio historikoak ekintza eremua aldatu egiten du.

Jarraian, hezkuntza artistikoak historian zehar jasan izan duen bilakaera azalduko dugu, gaur egungoa ulertu ahal izateko. Ricardo Marin eta beste egile batzuk (Viadel, 2003) bilakaera honen berri eman ziguten eta orain modu laburtuan aukeztuko dugu.

Erdi aroa baino lehen, hezkuntza artistikoaren inguruko lehen hausnarketak planteatu ziren. Beste diziplinetan gertatu zen bezala, garaiko filosofoek egin zioten aurre erronka honi: Aristoteles eta Platon. Biek, marrazketa irakastea bizitzarako baliogarria zela uste zuten, edertasuna eta egunerokoa estimatzeko. Eskola mailan erakusten zen, baina ez gaur egungo ikasgai definitua gisa. Garaian behaketarekin harreman handia zuen, baina behatze objektua edertasuna zen.

Erdi aroan berriz, ikaskuntza tailerretan gertatzen da. Hezkuntza artistikoa lan eremuan kokatzen da: artisautza, margolaritza, marrazketa, eskultura, etab. Gaztetatik teknika eta materiale desberdinak ezagutzu behar zituzten. Lan hauen helburu gorena errealitatea begiek helarazten zutenaren arabera erreproduzitzea zen, ahalik eta hobekien, argazki bat izango balitz bezala. Ikuspuntu naturalista da, bikaintasuna bilatzen zuena eta sormena albo batera uzten zuena.

Berpizkundean eta erromantizismoan, marrazketa akademiak sortu ziren eta lehen hezkuntza espazioak izan zirela esan dezakegu. Arte ederren oinarria zela uste zuten. Bere helburua bikaintasuna zen, espezializazioa eta lan merkatua. Ikasteko

metodoa garaiko artisten eta artista klasikoen lanak kopiatzea zen. Ikaskuntza eredu klasikoaren araberakoa da, teknikoa, akademizista eta errepikakorra. Proportzioa eta edertasunaren bilaketa.

Zentzu batean hizkuntzaren irakaskuntzan garatutako metodo batekin aldera dezakegu, gure ustetan antzekoa baita, metodo gramatikala. Metodo hau, gaur egun “hildako hizkuntzak” bezala ezagutzen direnen irakaskuntzan erabiltzen zen. Ikaskuntza metodoa itzulpen zuzena zen, eredua goreneko erreferentzia zelarik.

XIX. mendeko lehen erdialdean haurraren *arte adierazpena zegoela* ohartu zuten, ideia berri hau jaio egin zen. Haurra jada ez da helduaren hasierako giza forma, baizik eta ezaugarri bereziak dituen izakia. Haurraren marrazkiak edo arte adierazpen artistikoak libreak dira, ez diote alde aurreko prestakuntzarik eskatzen.

Arteak egozentrismoa alde batera uzten du, eta beste kulturetako elementuak onartzen hasten da, bere arte ekoizpenetan txertatzen. Munduarekiko ikuspegia zabaltzearekin eta psikologia ebolutiboaren garapenarekin, haurraren inguruko kontzeptua aldatu zen. Horrek nahitaez eskolaren eta bere dinamiken aplikazioa aldatzea suposatu zuen. Eskola ekintzek ikasleen adierazpen modua estimulatu behar zuten, motibatu, marrazketaren eta margotze librearen bidez. Marrazketa Lehen Hezkuntzako eta Bigarren Hezkuntzako Curriculumean azaldu zen. Arazoa ikasle aniztasuna da. Lehen ikaskuntza mota hau artista eta artisauentzako zen, orain berriz desberdinak diren ikasle taldeentzako. Beraz, moldatu egin behar zen, ezinbestez.

Garai honetan gertakizun historiko garrantzitsua koka dezakegu, industria iraultza. Marrazketaren irakaskuntzak bi helburu ditu: 1. Marrazki teknikoak egitea errealitatea ahalik eta modu zehatzean irudikatuz produkzio industrialean erabili ahal izateko. 2. Marrazketa artistikoa, edertasuna bilatuko duena. Garai honetakoa da J.H. Patalozzik argitaratu zuen hezkuntza artistikoa lantzeko lehen gidaliburutzat ezagutzen dena. Haurtzaroari begira planteatu zuen. Friedrich Froebel suitzarrak ekarpen garrantzitsua egin zuen ere “Regalos y ocupaciones” deituriko material didaktikoarekin. Haur eskoletan erabiltzeko diseinatu zuen.

Bigarren erdialdean ikasle bakoitzaren gaitasun artistikoak bultzatu eta garapen pertsonala sustatu nahi da modu honetan autokritika eta kanpo kritika ahalbidetzeko, indibidualismoak indarra hartzen du. Hezkuntza artistikoaren metodologia aldatzeko proposamenak azaltzen dira, irakaskuntza kopia zaharrei aurre egiteko. Hezkuntza proiektu berriek, ebaluazio eskalak, irakasleentzako prestakuntza, sortze auto-adierazpena, hezkuntza bisuala eta diziiplina ikuspuntua kontuan hartzen dituzte. Aldi berean, lehen hezkuntza elkarteak profesionalak eta ikerkuntza aldizkariak azaltzen dira.

Alditu desberdinak sormena berezko gaitasuna dela pentsatzen hasten dira, pertsona guztiek dutena. Bere garapena ahalbidetzeko ez dira mugak ezarri behar, arau sozial askok egiten duten bezala. Ez da artea ikasi behar, baizik eta artearen bitartez pertsona bezala garatu. Artea ez da helburua, bidea baizik.

XX. mende erdialdean *haurraren artea* azaldu zen. Ordura arte, haurren marrazkiak prozesuan zeuden produkzioak zirela pentsatzen zuten, gaizki egindakoak eta denborarekin hobetuko zutenak. Baina, pentsaera aldatu egin zen eta sortze-lan hauek bereziak zirela pentsatzen hasi ziren, jatorrizkoak, mundua ulertzeko duten modua adierazten zutela. Cizec artistak “protoarte” garbia eta purua zela esan zuen eta erreferentzia artistikoa izan zitekeela planteatu zuen, baina ez zuen jarraitzaile asko topatu eta bere ideia bertan behera geratu zen. Haurren artea psiko-hezkuntzaren ikerkuntzan lagungarria izan daitekeela ondorioztatu zuten. Hezkuntza teoriak hainbat faktore edo gertaeren eraginez aldatu egin ziren: ikerkuntza psikologikoa, eta inpresionismoa, kubismoa eta abstrakzioa bezalako abangoardia mugimenduak. Ideia zaharrak jada agortuta zeudela uste zen.

Bigarren erdialdean, auto-adierazpenak indarra eskuratu zuen eta hezkuntza artistikoa diziiplina moduan azaldu zen. Read eta Victor Lowenfeld artistek argitaratu zituzten hainbat lanetan hezkuntza artistikoaren nondik norakoak zehaztu zituzten, bere izaera. Auto-adierazpen sortzaileari berebiziko garrantzia eman zioten. Diziiplina honen arabera hezkuntza artistikoan formakuntza jasotzen ari den pertsonak edukiak baino garrantzia gehiago du. Beraz artea izateko bide batean bilakatzen da, artearen

bidez garapena lortzea eta ez arte eduki kontzeptualak eta kontzeptu metatze hutsa egitea. Hori lortu ahal izateko marrazketa librea eta unean unekoa da bidea. Bakoitzak nahi duena egiten badu, benetako nortasuna agerian gera daiteke, gaitasun propioak garatuz. Hori ez litzateke lortuko eredu tradizionala jarraitzekotan, hau da, ereduaren kopiazearekin eta denok sortze-lan berdinak eginez gero.

50eko hamarkadan bi gertakizun instituzionalek hezkuntza artistikoan eragin handia izan zuten. Alde batetik, INSEA-ren sorrera (La fundación de la Sociedad Internacional de educación a través del Arte), hezkuntza artistikoa mailan eragin handiena duen nazioarteko erakundea. Bestetik, 1955.urtean UNESCO-k (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization) eta Nazioarteko Hezkuntza Bulegoak, lehen eta bigarren hezkuntzan arte plastikoen irakaskuntzaren inguruko aholkuak onartu zituzten. Gomendioek irakaskuntza artistikoak Lehen Hezkuntzako Curriculumean jasotzeko derrigortasuna eskatzen zuten eta hein berean lantzeko bide egokiena adierazpen librea izan behar zela zehaztu zuten.

UNESCO-ren sorrera 1945. urtean izan zela aipatzea ezinbestekoa iruditu zaigu, honek antolatutako mintegi bati esker aipatutako INSEA sortu baitzen. Nazioarteko erakundeak giza ondarea diren elementu kulturalak zeintzuk diren erabakitzen du.

Garaian, jada indarra hartzen ari ziren ikus entzunezko komunikabideen inguruko hausnarketa egin zuten. Ikusizko lengoaiak ezagutza bidea izan zitekeela pentsatzen hasi ziren. Ikusizko lengoia ezagutza baliabidea izan daitekeela ulertzen da. Diziplina desberdinen garapenarekin, artearen historiaren eta estetika kasu, arte bisuala lengoia berezia duela pentsatzen hasi ziren.

Rudolf Arnheim psikologo eta filosofo alemaniarrek garaiko pentsamendua islatzen duen planteamendua egin zuen: “ikustea pentsatzea da”. Ikustea ez da pentsamenduaren aurreko fasea, edo prozesu sentsoziala eta pasiboa besterik, prozesu konplexu eta kognitiboa baizik. Mundua ikasteko modu desberdinak daude eta bat begiei esker hautematen duguna da. Artelanetan hitzen bidez adierazi ezin diren ezaugarriak eta sentimenduak topatzen ditugu. Lengoiak errealitatearekin harreman

zuzena ahalbidetzen duen bidea ez izateagatik gertatzen da hau. Lengoaia jada entzun, ikusi edo pentsatu duguna aipatzeko balio du. Zentzu honetan lengoaiak intuizio bidezko sormena eta sentimenduak eten ditzake.

Arestian esan bezala telebista bezalako komunikabideak, arte bisualak komunikatzeko bide gisa ulertzeko lagundu zuen. Esan daiteke, hizkuntza bisuala eta ahozkoa parekatu egin zirela.

Elliott Eisnerrek 70.hamarkadan, Curriculumaren alderdi derberdinak lantzeko hezkuntza proiektuak sustatzeko proposamena egin zuen eta DBAEren sorkuntzan eragin zuen. DBAE-ek (Disciplined Based Art Education) Curriculumean jasotzen diren edukiak eta helburuak lau diziplina hauen emaitza izatea proposatzen da: Arte ekoizpena, Arte kritika, Artearen historia eta estetika. Azken finean hezkuntza proiektu bat da, lehen hezkuntzarako proposatua. Diziplinarteko oinarri sendoa du, hezkuntzaren inguruko ideia gaurkotuak, garapenaren psikologiaren inguruko ezagutza, abangoardia mugimendu artistikoak, hezkuntza artistikoaren espezialisten laguntza eta argitalpen edota material didaktikoaren kalitatea. Bere helburua artea ulertzeko eta ikasteko gaitasun eta ezagutzak garatzea da, zein teoria artistiko egon diren eta dauden, kontzeptu artistikoak eta adierazpen sortzailea.

Ez dute sormena gizakiaren berezko gaitasun gisa ulertzen, bere garapena ahalbidetu behar da. Giza arauetatik urruntzen saiatu behar da, erantzun berriak topatzeko gaitasuna delako, baina oinarri sendoarekin, konbentzio artistikoak.

Adierazpen plastikoak, zentzu sortzailean eta interpretatiboan aldatu den heinean eta hezkuntza formalean bere lekua topatu bitartean, izen desberdinak eskuratu ditu: *Marrazketa, Arte plastikoak, Adierazpen plastikoa* edo *Ikus hezkuntza*.

Historian zehar jazotakoa aipatuta, hobe uler daiteke gaur egun eskoletan, museoetan eta artearekin harremana duten erakunde desberdinetan nabarmentzen den ikuspuntua. Teoria mailan, artea edozein pertsonarentzat ezinbestekoak diren ezaugarriak erakusten ditu, ahalbidetzen dituen heinean. Nolanahi ere, artista askoren

ikuspuntuak hezkuntza mailan lanean gauden profesional askorenarekin bat egin arren, hezkuntza formala egituratzen denean ideia asko ez dute jarraibidea topatzen.

Dakigunez, Gobernuak hasierako Curriculum orokorra egituratzen du eta ondoren, autonomia bakoitzak bere nortasun ezaugarrien arabera, Curriculum egokitzea egin behar du. Gaur Nafarroan duguna, hezkuntzari buruzko maiatzaren 3ko 2/2006ean Lege Organikoak ezarritako esparru berrian eta 7ko 1513/2006 Errege esparruak ezarritako gutxieneko ikaskuntzetan du bere jatorria. Nafarroako Gobernuak 24/2007 Foru Dekretuaren bidez egin zuen moldaketa hori.

Bai jatorrizko Curriculumak, bai Nafarroak egindako egokitzea historian zehar aipatutako arte ikuspuntuaren azken etapak duen pentsaera jasotzen dute, bere planteamendua eta egitura kontuan hartuta. Horregatik arte hezkuntza beste arloekin batera ikasleen garapen integrala sustatzeko tresna gisa ulertzen da, tresna eta helburua aldi berean. Gure Curriculumean azaltzen den bezala: “beren prestakuntza orokor eta kulturalerako ezinbestekoak diren edukiak bereganatzeko aukera eman nahi die”. Aukeratutako edukien arabera eta aurrera eramandako praktiken bidez bultzatu eta landuko dira:

- Hautemate eta adierazpen estetikoa.
- Zentzumenen, adimenaren, emozioen, afektuaren, estetikaren eta alderdiak, sozialarekin batera.
- Irudimena eta sormena.
- Ordena, parte-hartzea, lankidetzeta eta komunikazioa. Hein berean akordioa bilatzearen alde adierazteak errespetu, onarpen eta adostasunezko jarrerak.
- Kode artistikoak eta horiei dagozkien teknika eta baliabideak.
- Inguruaren behaketa.
- Hizkuntza mota desberdinak: estetikoa, idaztizkoa eta ahozkoa.
- Beste pentsamendu eta adierazpen modu batzuk errespetatzea (beste gelakideenak eta kultura desberdinetan topatuko dituztenak).
- Arlo honek, inguru hurbileko eta beste herri batzuetako kultur eta arte agerpenetara hurbiltzea.

- Baliozko irizpideak osatzeko gaitasuna eta gaitasun kritikoa.

Aipaturako helburuak hezkuntza formalak arte hezkuntzarekiko dituen proposamenak dira, baina eskola guztietan plastika eta musika arloetan zatitzen dira. Printzipioz helburu komunak dituzte, baina irakasle bakoitzak bere programazioa egituratzean bere diziplina zehatzari erreferentzia egiten dioten helburuak, edukiak, materialak, iturriak eta metodologia finkatuko ditu. Hurrengo lerroetan adierazpen plastikoaren ezaugarriak zeintzuk diren aipatuko ditugu, gure proiektua ikuspuntu plastikoa duelako musikala beharrean.

Hezkuntza artistiko plastikoa urteetan zehar marrazketarekin eta margoketarekin harremanean jarri da bakarrik, ikasleei hau egiten uztea. Batzuen ustez “Hezkuntza artistikoa” izena ez da aproposa eta matematikarekin alderatzen dute. Hezkuntza matematikoa esan beharrean matematika besterik esaten dugu, adibidez.

Arteak bere hizkuntza berezia du, bere elementu propioak. Artistek hizkuntza kodeak ezagutzen dituzte eta eskolak kode hauen ezagupena eta ulermena sustatu beharko luke, sortze-lanak ahalbidetzeko eta jada ezagunak diren ekoizpenen edota ekoizpen propioen balorazio kritikoa posible izateko.

Horretarako ezinbestekoa da eredu desberdinak jaso ahal izatea eta horregatik, eskoletan iturri desberdinen lanketa bultzatzen da: artelanak, eraikuntzak, artista ezagunak eta bere lanak, mass media (telebista, Internet ...) eta gelakideen lanak.

Urteetan musikarekin batera, “ikasgaia Maria” gisa identifikatu da. Hau da, bere edukiak eta helburuak beste arloetan zehaztutakoen aldean baliogabetu egin dira. Horregatik, hezkuntza formala ezagutzen ez duten pertsona askok pentsa dezakete ikasgaiak helburu zehatzen, antolatutako ebaluaketa edota metodologia jakin baten eza duela. Uste faltsu hedatu gehiago topa ditzakegu, hala nola, plastikan esku-lanak, marrazki librea, eta ekintza isolatuak (ospakizun edo ekintza puntualetan behar den materiala prestatzeko) besterik egiten direla.

3. MATERIALAK ETA METODOAK

Proiektu honen hasierako proposamena, galdetegi baten bitartez lehen hezkuntzako bigarren mailako ikasleak oinarri gisa hartuta, haurrengan antzematen den publizitatearekiko eragina zein den aztertzea zen, ondoren neurri batean kontzientzia garatuko duen lan proiektu bat proposatzeko. Hein berean, jarraitutako ikasleek eskolara eramaten dituzten inguruko azterketa egin genuen: motxilak, estutxeak, etab.

Elkarrizketatutako ikasleen aukeraketa zorizkoa izan zen. Otsailetik maiatza bitarte seigarren praktika aldia burutu genuen eta niri 21 ikaslez osatutako bigarren mailako taldearekin egotea egokitu zitzaidan. Taldea ezagutzeko aukera izan nuen eta klasean egon bitarte prestatutako galderak egiteko tarteak zeudenez, galderak beraiei planteatu nizkien.

Galdetegia ahozkoa izan zen. Galderak egin heinean formulazioa ulertzen ez zutela ohartu nintzen, beraz, galdera beste modu batez adierazten nien. Bere erantzunak unean bertan jaso nituen eta ikasleak, kopiatzen nuen bitartean, harridurarekin eta interesarekin begiratzen zuten. Ia kasu gehienetan galderen zergatia zein zen esan zidaten eta hitz berdinak behin eta berriro errepikatu nituen: “unibertsitatean aurkeztu behar dudan lan bat egiteko”.

Aipatu bezala taldean 21 ikasle zeuden, baina denbora zela eta azkenean 17ri bakarrik egin nien galdeketa. Galderak jarraian jaso ditugu.

Galdetegia osatu zuten galderak:

1. Zer ordutan ikusten duzu telebista?
2. Norekin? Gurasoekin edo bakarrik?
3. Zein telebista programa ikusten dituzu etxean?
4. Zein telebista programa ikusten dituzu etxean?
5. Telebistako zein iragarki gogoratzen dituzu? Zein produktu iragartzen dute?
6. Zein elementu gogoratzen dituzu?

7. Uste al duzu telebistan azaltzen diren produktuak dendatan dauden beste batzuk baino hobeagoak direla?
8. Zein dira zure bi kolore gustukoenak?
9. Zein jogurt uste duzu dela hobeagoa? Zergatik? (Irudia gehigarrietan ikusgai)
10. Opari bat eskatzeko telebistan ikusitakoan pentsatzen duzu edo denda batean ikusitakoa eskatzen duzu?

Materialari dagokionez, elkarrizketa idatzi hau erabiltzeaz gain ikasleei eta bere gauzei une desberdinetan ateratako argazkiak izan ditugu azterketa elementu gisa. Elkarrizketan eskuratutako informazioa osatzeko, Interneten bilatutako artikulu bat erabili dugu, informazio gaurrekoa eskaintzen zuen ikerketa bat erabili nahi genuelako.

Ikerketa txiki hau egiteko hainbat metodo konbinatu egin dira: behaketa metodoa, indukzio metodoa eta analisi metodoa. Behaketa metodoa ikasleek erabiltzen duten materiala zein den ezagutzeko erabili dugu. Gure datuak objektiboagoak izan zitezen gure testigantzaaz aparte argazkiak atera genituen. Indukzio metodoa, behatutakoa eta ateratako argazkietan ikusitakoa oinarri gisa hartuta ateratako hainbat ondorioetan aplikatu dugu, ideia orokor batzuetara heldu garelako. Analisi metodoa berriz, elkarrizketan eskuratutako emaitzen analisisan aplikatu dugu.

4. EMAITZAK ETA HAUEN INGURUKO EZTABAIDA

Ikasleei egindako elkarrizketa eta honen bitartez eskuratutako emaitzak, taula batean jaso ditugu. Hainbat ikasleen erantzunak bi itemetan azaltzen da. Lehenengo galderan adibidez, hau da “Zer ordutan ikusten duzu telebista?”, hainbatek bi edo hiru aukera aurkeztu zituzten. *Aipamenak* atalean hainbat erantzunen justifikazioa jaso ditugu.

Datuen azterketari ekin baino lehen, garrantzitsua den datu bat aipatu beharko genuke: galderen nolakotasuna. Ikasleei, galderak idatzita dauden bezala irakurri zitzaizkien, baina ia gehienetan beste modu batean planteatu behar izan genituen ulertezinak zirelako. Honek esan nahi du, gure helburua erantzun objektiboak eskuratzea zen arren, agian, galderen planteamenduak erantzunak kutsatu egin zituela. Dena den, uste dugu eskuratutako datuak nahiko adierazgarriak direla eta hasierako helburutik nahiko gertu daudela.

Galderak egiteko espazioa zein izan zen aipatu nahiko genuke. LH bigarren mailakoen ohiko gelaren ondoan beste gela txiki bat dago. Irakasleak batzuetan bikoizketa gela gisa erabiltzen du, modu honetan ikasleekin lan indibidualizatuagoa egiteko eta bearariazko hezkuntza premia dituzten hainbat ikasleren irakaskuntza prozesua errazteko. Ikasle batekin hasi zen elkarrizketa, eta ondoren banan-banan bere gelakideak etorri egin ziren. Baldintza hauetan, bere erantzuna emateko askatasun osoa zuten.

Ia ikasle guztiek galderak zertarako ziren jakin bahi zuten. Unibertsitatean lan bat egiten ari nintzela aipatu nien, eta kasu guztietan hitz horiekin bere jakin-mina ase egin genuen. Galdetegietan erantzunak jaso bitartean arreta handiarekin begiratzen zuten zer eta nola idazten genuen. Batzuk, harridura aurpegia erakutsi ziguten idazten genuen hori ulertzen ez zutelako.

1 taula: galdetegia, kontsumo ohiturak

GALDERAK	ERANTZUNAK	AIPAMENAK
Zer ordutan ikusten duzu telebista?	Bazkaldu eta gero 9 Bazkaldu bitartean 1 Merendatu bitartean 4 Afaldu bitartean 1 Afaldu eta gero 12 Afaldu baino lehen 2 Ez daki 1 Euria egiten duenean: 1	Orokorrean asteburuan telebista gehiago ikusi ohi dute, gauean beranduago joaten direlako ohera.
Norekin? Gurasoekin edo bakarrik?	Bakarrik 4 Anai-arreba batekin: 7 Anai-arrebekin: 3 Anai-arreba eta gurasoekin: 4 Gurasoetako batekin: 4 Gurasoekin eta anaia-arrebekin: 1 Gurasoekin: 1 Jendearekin: 1 Batzuetan gurasoekin 3	
Zein telebista programa ikusten dituzu etxean?	KATEAK - CLAN 15 - NEOX -3 - BOING 10 - Disney Channel 13 - Discovery max 1 - Nitro 1 - Antena 3- 1 - Canal + 1 PROGRAMAK - Doraemon 6 - Bob Esponja 6 - Shin Chan 1 - Los Simpson 1 - Icarly 2 - Victorious1 - Violeta 1 - ¡Buena suerte, Charlie! 3 - Marrazki bizidunak 1 - Shake it up 4 - Desafio champions 2 - Fun boy 1 - Chum chum 1 - Feliz cumpleaños Disney Channel 1 - La que se avecina 1 - Berriak 1 - Campeones 1 - Bola de dragón 1 - Pokemon 1 - Sissie 3	

Propuesta didáctica para la interpretación y lectura de la imagen en Educación Primaria/ Irudi publizatarioen irakurketarako eta interpretaziorako proposamen didaktikoa, Lehen Hezkuntzan

	<ul style="list-style-type: none"> - Rockie 2 - Dora en aventuras 1 - Bugs bunny 1 - Los padrinos mágicos 1 - Los Simpson 1 - Futbola, pilota eta kotxeena 1 <p>PELIKULAK</p> <ul style="list-style-type: none"> - Magic 1 - Campanilla 1 - Escuela de talentos: 1 	
Telebistako zein iragarki gogoratzen dituzu? Zein produktu iragartzen dute?	<ul style="list-style-type: none"> - Tortugas Ninja pelikula 1 - La vaca que ríe 2 - Nocilla 4 - Leche Eroski 1 - Depilatzeko bandak 1 - Kalia Vanish 2 - Moldeko ogia 1 - El corte inglés: soinekoak. 1 - Decathlon 1 Kirol-bularretakoa. 1 Zapata batzuk 1 - Danone jogurta 1 - Patineteenak 1 - Koloniak 1 - Cola-caio 1 - Kateetako programak edo produktuak: aldizkaria adibidez. CLAN 11 Boing 1 - Bob Esponja 1 - Kirolak 1 - Gogoratzen ez zuen produktua 1 - Botika bat 1 - Pelikulena 1 - Pizza hut 1 - Burguer King 1 	
Zein elementu gogoratzen dituzu?	<p>Ezer 8</p> <p>Nocilla: abestia. "Leche, cacao, avellanas y azúcar, nocilla". 4</p> <p>Depilatzeko bandak: egoera. Ezin du ilea kendu eta azkenean berriarekin bai. 1</p> <p>Kalia Vanish: egoera.</p> <p>Emakume batek hainbat detergente probatu ditu eta ez du lortu arropa garbitzea, Vaseline-ekin bai. 1</p> <p>Emakume batek garbigailu berria du. Bere lagunak (emakumea) esaten dio: ¿Pero cómo puedes tener una lavadora tan buena y no lavar con Vanish? 1</p> <p>Moldeko ogia: egoera. "Ahora venden un pan diferente, con una corteza en el Caprabo). 1</p> <p>El corte inglés: esaldia. "Ahora vestidos espectaculares y cómodos.1</p> <p>Decathlon: egoera. Oso eroso den bularretakoa. 1</p> <p>Danone: egoera. Mutiko bat zuhaitz baten gainean dago jogurta jaten. 1</p>	

	La vaca que ría: elementu bat. Behia. Boing: esaldia. "La nueva revista de Boing". Gogoratzen ez zuen produktua: esaldia. "Pastillas gratis" 1 Botika bat: esaldiaren zati bat. "Consulte a su farmacéutico". 1	
Uste al duzu telebistan azaltzen diren produktuak dendatan dauden beste batzuk baino hobeagoak direla?	Ez 6 Igual ez 1 Bai 10 Pixka bat, batzuk: 1	Telebistan agertzen delako 6 Ez dakit: 10
Zein dira zure bi kolore gustukoenak?	Urdina eta gorria 2 Laranja eta urdina 1 Urdin guztiak 1 Berdea eta urdina 11 Morea eta urdin argia 1 Morea eta urdina 2 Berdea eta laranja: 1 Urdina eta beltza 1 Beltza eta laranja 1 Berdea eta morea 1 Urdina, berdea eta gorria 1 Denak 1 Asko 11	
Zein yogurt uste duzu dela hobeagoa? Zergatik?	DANONE 15 Behekoa 1 Biak 1	Zergatik galderaren erantzuna: - Hobe delako 3 - Etxean jaten dugulako 4 - Beti hori erosten dutelako: 1 - Ez dakit: 4 - Etxean dagoelako 1 - Oso goxoak daudelako eta esnea dutelako 1 - Ezagutzen ditudalako 2 - Probatu dudalako 1 - Zergatik dira DANONE 1 - Azukrea duelako 1
Opari bat eskatzeko telebistan ikusitakoan pentsatzen duzu edo denda batean ikusitako eskatzen duzu?	Dendan ikusitakoa 10 Beraiek erabakitakoa 2 Olentzerok nahi duena 1 Biak 1	Atarrabiako jostailu denda batean daudenak 1

4. 1 Eratorritako informazioa kontsumo orokorrarekin alderatzen

2013ko maiatzak 14ean el *diario.es* (www.eldiario.es) aldizkari digitalak haurren telebista kontsumoaren inguruko artikulu bat kaleratu zuen. Bertan, haurrak egunean ikusten duten ordu kopurua urtez urte igo egin dela ageri zen. Bere datuen arabera, gaur egun Espainiako lau eta hamabi urte bitarteko haur bakoitzak 2 ordu eta 38 minutu egon ohi da telebistaren aurrean, 2011.urtean baino %11 gehiago.

Johanna Karsenty-ren ustez, *Eurodata TV Worldwide* telebista estudioaren zuzendaria, igoera honen arrazoietakoa bat teknologia berrien hedapena eta kate tematikoen agerpena izan daiteke. Gauzak horrela, haurrek beraientzat bereziki sortutako programak edo kateak ikus ditzakete. Berak eredu gisa *Clan* eta *Boing* aurkezten ditu.

Ikerketak kateen inguruko lehiaz aritzen da ere. Haurrak telebistaren aurrean denbora gehiago egotean kateek haurrentzako bereziak diren espazio gehiago ekoizten dituzketela aipatzen du, beraz hortxe dago konpetentzia. Adibide gisa, jatorrian haurrentzako erreferentzia kate nagusia TVE etxeko *Clan* zela aipatzen du, baina 2010eko irailean Mediaseteko *Boing* ailegatu zenean bere ikusle kopurua jaitsi egin zela.

Haurren %70-80 inguru animazio serieak ikustea dute gustuko, *Fanboy y Chum Chum*, *Los Pingüinos de Madagascar* eta *Bob Esponja* adibidez. Hiru hauek dira Espainia mailan gehien ikusten direnak.

Bigarren mailako ikasleei egindako galdetegia oinarritzat hartuta, esan daiteke Espainia mailan lortutako datuak gure eskoletako ikasleen errealitatearekin antza handia dutela. Aztertutako haurrek *Clan* eta *Disney Channel* kateak ikusten dituzte batez ere. Artikuluan aipatzen duen *Boing* kateak berriz ez du hainbeste arrakastarik. Telebista analogikoan zeuden kateak bigarren maila batean daude orain.

Telebista digitalari esker, ordaindu gabeko kateen eskaintza asko zabaldu da eta honi esker publiko mota desberdinek hainbat kate aukeragai dituzte. Helduok eta haurrak aukera anitz ditugu denbora-pasa eskaintzen digun aparailu honen aurrean

egoteko, erabakitzeko. Gainera, telebistan ezer interesgarririk topatzen baldin badugu, ordenagailua piztu eta Interneten dagoen eskaintza zabalean murgiltzeko aukera dugu.

Esan genuen bezala, helduen kasuan gaitasun kritiko garatuagoa dago, horregatik edozein dokumental, pelikula edo fikziozko sortze-lan bisual ikustean, orokorrean gai gara errealitatea eta asmatutakoa desberdintzeko. Haurren kasuan berriz, egoera desberdina da. Hiru urte bitarte haurrak inolako telebista sesiorik izatea gomendagarria litzateke. Jakin badakigu ezinezkoa dela etxean heldu bat telebista ikusten baldin badago bere inguruan dagoen haurrak irudirik ikusi ez dezan, baina aulki edo sofa batean eserita egoteaz ari gara orain. 0-3 urte bitarte haurrek bere espazio fisikoa ezagutu behar dute, bere gorputzaren aukerak eta hori mugimenduarekin eta ekintzarekin besterik ez da lortzen, ez elementu fisiko eta mugiezin baten aurrean egotean.

Haurrak jada hiru urte inguru dituztenean, telebista ikusten has daitezke, baina 8-9 urte bitarte ez lukete bakarrik egin beharko. Hau da, aukeraketan parte hartu arren, ondoren, telebista ikusi bitarte heldu batekin egon beharko lirateke. Zergatia oso erraza da, kritikotasun heldugabea eta irudi bisual dinamikoen aurrean duten analfabetizazioa.

Gurasoek edo beste edozeinek hurrekin telebista ikusten baldin badute, ikusten duten horren aurrean aipamenak edo balorazioak egiteko aukera dago. Gainera, horrelako egoeretan gaztetxoek ulertzen ez dutenaren inguruko galderak planteatzen dituzte, hau dela eta, oso une aproposa da beren zalantzan argitzeko. Aparailuaren aurrean dauden bitartean zalantzarik baldin badute eta bere ondoan inor ez baldin badago, zuzenean egoera *arraro* hori barneratu dezakete, ulertu gabe.

Praktika ikastetxeko ikasleen erantzunak kontuan hartuz, ohartu nintzen gauean izan ezik, askotan telebista bakarrik edo anai-arrebekin ikusi ohi dutela. Normalean, haurrentzako bereziki sortutako programak ikusten dituzte, baina giza estereotipoetatik urrun ez dauden programak dira. Bi programa mota ikusten dituzte orokorrean: marrazki bizidunak edota nerabeak protagonista gisa dituzten telesailak.

Boing, Clan eta *Disney Channel* kateen programazioan, aipatutako tipologia duten programa motak daude. Marrazki bizidunak aztertzea hurrengo lan baterako proposamena litzateke. Telesailen inguruan berriz, badugu zer esatekorik, sakonean analizatu ez arren hainbat ondoriotara heldu garelako.

- Neskek emakumeei atxikitzen zaizkien portaerak azaltzen dituzte. Arropa, makillajea, “arazoak”, etab.
- Arrakasta lortu ahal izateko izaera eta estetika jakin bat izan behar dela transmititzen dute. Nesken kasuan: argala, hile luzearekin, hizlaria, edertasun prototipo estandarrarekin bat egiten duena, beldurrik ez duena, ... Mutilen kasuan: argala, altua, moda jarraitzen duena, ... Neska eta mutilen kasuan egunero arropa desberdina janzten dute, fisikoki oso atseginak dira eta ezaugarri hauek beste hainbatekin kontsumo gizartearen baloreak transmititzen dituzte.
- Inplikazio kulturalak: dakigun bezala globalizazio prozesuan gaude, eta merkantzia fisikoak mundua zeharkatzen duten moduan, merkantzia bisualak diren telesailak ere edozein lekutik gurera hel daitezke. Ikusten dugun telebista ereduan, batez ere Estatu Batuetan sortutako ekoizpenak topatzen ditugu. Hau dela eta, bertako telesailek islatzen duten gizarte eredua pixkanaka-pixkanaka ulertu eta asimilatu egiten dugu. Honek, bi kulturen arteko talka suposatzen du, azken batean desberdinak garelako. Baina, jasotzen ditugun nozio kulturalak aztertu edo zalantzan jarri beharrean, onartu egiten ditugu.

Behin kate eta telesaila desberdinen inguruko ezaugarriak aztertuta, iragarkien nolakotasunari ekingo diogu. Gure gazteen (5-10 urte bitartekoak) programa gustukoen tarteetan txertatzen dituzten iragarkiak hiru motatakoak direla esan dezakegu:

1. Katearen beraren programak edo produktuak iragartzen dituztenak: aldizkariak, kromoak, motxilak, etab.
2. Haurrentzako produktu edo zerbitzuak iragartzen dituztenak: arropa, janaria, motxilak, liburuak, etab.
3. Publiko zabala hartzaile gisa duten produktu edo zerbitzuenak.

Elkarriketatuak gogoratzen zituzten iragarkiak zeintzuk ziren galdetu nienean, orokorrean “ez dakit” esaten zuten. Erantzun hau jasotzen hainbat irakurketa egin daitezke, baina gurea plazaratuko dugu. Edozein pertsona helduari galdera berdina egitekotan, eredu zerrenda luze bat aurkeztuko zizkigun, mila detaileekin. Hortxe dago arriskua. Gazteek iragarkiak oharkabean irensten dituztela. Publizitatean ikusitako produktuak filtrorik gabe bere erosteko aukeren erregistroan gordetzen dituzte eta ondoren, edozein dendan ikusten dituztenean kontzientzia azaltzen dira, nahi duten produktua gisa. Egoera hau beraientzako diren produktuekin gertatzen da batez ere, baina baita helduek kontsumitzen dituztenekin. Kasu gutan batez ere iragarkien egoera eta esaldiak gogoratzen dituzte, ideiak, nahiak, egoera asmatuak alegia.

Planteatutako argudio hau egindako azken galderarekin harremanean jar genezake. Ia ikasle guztiek dendatan ikusten duten produktuak eskatzen dituztela aipatu zuten. Dendatan gertatzen da ikusitako eta barneratutako produktuaren arteko konexioa, orduan eskuratu nahi izana senti daiteke. Produktuak ezagutzen ditugula iruditzen zaigu, eta balantza batean ezezaguna eta jada ezaguna zaiguna kokatzen ditugunean, bigarrenak irabazten du, ez dugu arriskatu nahi. Erregistratua duguna automatikoki konfiantza ematen digu, ezagutze ez dugunaren aurrean. Jada harremana ezarrita dago. Telebistan agertzen da, desatzen dugu, elementu ezagunen multzoan gordetzen dugu eta errealitatean ikusten dugunean edukitze sentimendua berriz pizten zaigu, ezagutzen ez ditugun produktuekin gertatzen ez den bezala.

4.2 Aztertutako elementuen inguruko datuak

Ikasleek eskolan erabiltzen dituzten materialak (etxetik eramandakoak) zeintzuk diren behatzeko aukera izan dugu. Gehigarrietan ikasgelan ateratako hainbat argazki jaso ditugu, bertan primeran ikusten baita jarraian aipatuko ditugun hainbat datu.

Praktika aldia Nafarroako ikastetxe publiko batean gauzatu nuen. Bertan, bigarren mailako ikasleak lehenengo zikloan zehar materiala elkarbanatzen dute. Urte Propuesta didáctica para la interpretación y lectura de la imagen en Educación Primaria/ Irudi publizatarioen irakurketarako eta interpretaziorako proposamen didaktikoa, Lehen Hezkuntzan

hasieran gurasoek jarritako diruarekin eskolak, arkatzak, ezabagomak, errotulagailuak, zerak eta beste hainbat material erosi zituen. Modu honetan taldearena den materiala zaintzen ikasten dute. Honetaz gain, ikasle bakoitzak nahi duen arropa eraman dezake, beraz ez dute uniformerik erabiltzen. Aipatutakoa dela eta, ikasle gehienak ez dute bere material propioa eramaten.

Aztertutako materiala kontuan hartuta, ondorio nagusia estereotipoen jarraipena dagoela izango litzateke. Mutilek erabiltzen dituzten arropa eta oinetakoetan edozein kolore azal daiteke, morea edo arrosa izan ezik. Nesken kasuan berriz ez dute inolako arazorik kolorearekin, baina egia da askotan arrosa edo morea koloreko jantzika eramaten dituztela.

Esan bezala gutxi batzuk dira bere material propioa eskolara eramaten duten ikasleak, baina hala ere denek daramate bere motxila propioa. Kasu honetan, koloreen kontua ere berdina da. Mutilen kasuan *Nike* eta *Adidas* bezalako markak topatu nituen eta nesken kasuan berriz, pare batek besterik ez *monster high* markako motxila zeramaten.

Kirol arropari dagokionez, gehienbat *Adidas*, *Astore* eta Decathloneko *Domnyos* bezalako markak erabiltzen dituzte.

Ondorio gisa esan dezakegu, publizitatearen eraginez egindako gurasoen erosketak, markei dagokionez oraindik ez daudela oso baldintzatuta. Baina, gurasoek beraiek dituzten eta publizitatearen bidez transmititzen diren sexu rolen eragina ukazina da.

4.3 Elkarrizketaren eta irudien emaitzak

Behin elkarrizketaren bidez lortutako datuak aztertuta eta praktika aldian zehar behatutako materialak zeintzuk diren aipatuta, neurriren bat hartzea beharrezkoa dela iruditu zitzaigun. Lehenengoa, hasierako hipotesietako bat egiaztatu ondoren, hots, ikasleak bere jokabidearen atzean dauden erabakiak argudiatzeko erakutsitako gabezia, planteamendu didaktiko baten proposamena garatu behar genuela izan zen. Bigarrena, proposamen didaktikoaren ikasle talde potentziala aldatu behar genuela.

Bigarren neurri honen arrazoia elkarrizketak eskainitako hainbat erantzun izan ziren. Ikasle askok “zergatik?” galderaren aurrean zer esan gabe geratzen ziren. Oraindik ere bere maila kritikoa ez da oso nabarmena, horregatik gure proposamen didaktikoa esanguratsuagoa izan dadin, gure talde potentziala laugarren mailako ikasleak izatea erabaki genuen.

4.4 Proposamen didaktikoa

Marko teorikoa osatzean Kohlberg-ek planteatutako moralaren garapenaz aritu gara eta publizitatearen eragina aztertzeke erabili genuen. Bertan, lehenengo maila etapa kritikoa zela aipatu genuen, haurrak inkontzientzian murgilduta daudelako eta jasotzen dituzten mezuekiko kritikotasun mugatua erakusten dutelako. Bestetik, kulturak identitatearen eraikuntzan duen garrantzia azpimarratzea ezinbestekoa iruditu zitzaigun eta ildo hori jarraituz kultura bisualera ailegatu ginen, publizitatearen bidez jasotzen duguna hain zuzen ere. Publizitatea kultura bisual gisa ulertu arren edo ez, honek kultura mota honen elementuak erabiltzen ditu.

Planteatutako argudioek, haurrek jasotzen duten esposizio bisuala modu kritikoan aztertzeke proposamen didaktikoak ezinbestekoak direla erakusten dute, hortaz jarraian proposamen didaktiko baten nondik norakoa zehaztuko dugu.

Proiektuaren atalak:

- Eredu zehatzetatik ikus-entzunezko publizitatearen ezaugarriak ezagutu.
- Identitatearen elementuak hauteman.
- Entzun-ikusizko publizitatearen egituraketa elementuak erabiliz sortze-lan bat eratzea.

Helburuak:

1. Ikasleen kritikotasun gaitasunaren bidez iragarkien azterketa osatua egitea.
2. Nortasun elementu eratzaileak ezagutu eta publizitatean agertzen direnak hautematea.

3. Kontsumo ohituren inguruko hausnarketa bultzatzea.
4. Publizitatearen lengoaiaren inguruan eta norberaren inguruan hausnarketa egin eta gero sortze-lan baten eraketan ikasitakoa aplikatzea.
5. IKT-en erabilera informazio iturri gisa erabiltzea eta bilatutako testu edo irudiak modu kritikoan lantzea.

Metodologia:

Zuzendua eta librea:

Proposamen didaktiko honen helburuak oso ondo definituta daude, hortaz bere ariketak eta horien bitartez lortu beharreko helburuak nahiko itxiak dira. Honekin ez dugu esan nahi proposamenean zehar gerta daitezkeen aldaketak kontuan hartuko ez liratekeenik edota testuinguraketa prozesua alde batera utzi beharko genuenik, baizik eta proiektua osatzen duten atalak ezinbestekoak direla helburuak bere osotasunean bete daitezen. Zentzu honetan esan dezakegu, metodologiaren identitate orokorra zuzenduta dela.

Alabaina hainbat ariketa, azkena esate baterako, ikasle bakoitzaren menpekoak eta bere autonomia mailaren emaitza izango dira.

IKTak informazio iturri gisa:

Irakasleak eta ikasleak, hainbat ariketa burutu ahal izateko beharrezkoa den materiala lortzeko, ezinbestekoa izango da eskoletako edota etxeetako Internetaren erabilera. Ezin dugu ukatu Internet jada komunikatzeko eta informazioa dibulгатzeko tresna erabilienetakoan bilakatu dela. Aldi berean, Internet batzuen denbora-pasa gisa erabiltzeko eguneroko tresnan bilakatu da. Zentzu horretan ezin dugu ukatu gure gizartean dagoen elementu bat dela, eta arrazoi hau dela eskolan bere lekua izan behar duela.

Hala ere, jakin badakigu Interneten dauden Web orrialde guztiek ez dutela kritikotasun edota zintzotasun berdina igotzen duten informazioa aukeratzeko garaian. Arrazoi hau dela eta, ezinbestekoa da topatzen dugunaren aurrean zer egin jakitea,

nola aurre egin. Klasean gauden bitartean irakaslearen ardura izango da bilaketak bideratzea eta bilatutako horren aurrean zein jarrera azaldu behar duten irakastea.

- Iturria zein den begiratu.
- Egilearen edo egileen hitzen baliagarritasuna baloratu.
- Beste iturri batzuekin alderatzea posible den ziurtatu.
- Irakasleari kontsultatu.

Familiarekin etxean aritzen direnean bere ardura izango da bilatzen dutenaren eta egiten duten tratamenduaren inguruko jarraipena egitea.

Parte-hartzailea:

Proposatutako ekintzek ikasle guztien parte-hartzea eskatuko dute, ariketa jakin batzuen buruketaren bitartez edota bere iritzia elkarbanatuz. Taldea ezagutzen duen irakasleak, normalean berez interbentziorik egiten ez duten ikasleen partaidetza bultzatuko du, galderen bitartez edo erantzukizunak banatuz. Printzipioz proiektua interesgarria baldin bada eta ikasleen ezaugarriak kontuan hartzen baldin baditu, motibagarria izan beharko litzateke eta ez genuke taldeko kideen partaidetza zalantzan jarri beharko. Izan ere, baliteke ariketa guztiak ikas talde osoaren onespena ez lortzea; edota orokorrean jarrera lotsatia edo taldearekiko jarrera auto baztertzailea mantentzen duten ikasleak ohiko portaera erakustea.

Praktikoa:

Proiektuan zehar aurrera eramango diren ekintzen nolakotasuna gehien bat praktikoa izango da.

Lan dinamika:

Ikasle bakoitzaren gaitasun artistiko eta sozialen garapena helburu gorena izanik, ariketak talde handian, talde txikietan eta modu indibidualean egingo dira. Talde osoak parte hartzen badu, beste ikuspuntuak daudela jakiteko eta hauek zeintzuk diren jakiteko balio digu. Beraz, gure ezagutza fardela zabaldu egiten da eta

ekiteko aukera gehiago barneratzea ahalbidetzen da eta sormena lantzeko ezinbestekoa den gaitasuna eskuratzen da.

Talde txikietan aritzeak talde handiak dituen onurak izateaz aparte, beste alderdi baikorren suspertzea dakar. Hala nola, ideia baten defentsarako argudioak erabiltzea, gizarte harremana arautzen duten erregelak ezagutu eta erabiltzea, norberaren eta besteen ideiak biltzen dituen produktu bat ekoizteko gaitasuna erakustea eta batez ere, errespetua lantzea.

Bakarkako lana ezinbestekoa da, talde txikiz osatutako giza talde zabal batean bizi garen arren, gu guregatik eta gurentzako bizi garelako. Bizitzeko, izateko eta ekiteko behar ditugun tresnak eskuratzea gure ardura da, gaitasun desberdinen garapena gure esku dagoen bezala. Inguruan duguna eta inguruan ditugunak erreferentzia gisa ulertu behar dugu, asimilatzeke eta gure irizpide pertsonaletan oinarrituz nahi dugun lekuan kokatzeko. Gure kabuz ariketa bat burutzen dugunean, egiteko gai garela erakusten dugu eta lehenengo saiakeran edo hirugarrenean bada ere, prozesuak ikaskuntza dakar.

Lan materiala:

Egunez egun aldakorra izan daitekeen materialaz aparte, proiektu honetan zehar lan koaderno bat erabiliko dute. Ariketaren garapenean erabili ez arren, saioa bakoitza amaitu baino lehen, egindakoaren inguruko laburpena eta balorazioa jasoko dute. Horrela, ikasitakoaren edo sentitutakoaren inguruko jarraipena egitea ahalbidetzen da, metakognizioa eta sentimenduen hezkuntza landuz.

Horretaz gain proiektuaren osotasuna ulertzeko lagungarria da eta bere zentzua ulertzeko baliogarria. Egunero egindakoa jasotzean lana sistematizatu egiten da.

Materialaren hizkuntzaren inguruan esan nahiko genuke, euskarazko iragarkiak topatu nahi izan ditugun arren, askotan ez dugula behar bezalako irudirik lortu, hala bada ere, erabilitakoak gure helburuen lorpenerako aproposak direla iruditzen zaigu.

Garapena:

Proiektua abian jarri baino aste bat lehenago irakasleak gurasoei eskutitz bat bidaliko die, bere seme-alabak egin behar dutena gogora dezaten eta aldi berean, aurrekoetan bezala bere laguntza eskatzeko. Eskutitzaren eredia gehigarrietan dago ikusgai.

▪ Lehenengo saioa

Irakasleak tapakia duen kutxa bat eramango du eskolara. Bertan, bi iragarkietan azaltzen diren ahozko elementuak eta elementu bisualak sartuko ditu:

- **Ahozko elementuak:** iragarkian zehar esaten diren hitzak. Bakoitza orrialde paper batean idatzita egongo da. Hitz guztiak minuskulaz idatziko dira inolako zeinurik gabe (puntua, kakotxa, harridura ikurra, etab.).

Lehenengo iragarkia:

- He visto lo que haces con las naranjas, ¿Si te traigo una vaca le sacas la leche?
- ¡Nuevos *Cuetara Flakes*, cereales vestidos de galleta, los cereales más bestia!

28 hitz osotara

Bigarren iragarkia:

- No deberías comer con las manos, es de mala educación.
- ¡*Cuetara Choco flakes* galletas rellenas de cereales y chocolate, el desayuno más bestia, y para merendar *Flakes Nocilla* y *Cacho Barra* la merienda con *Nocilla* a lo bestia!

38 hitz osotara

- **Elementu bisualak:** “paint” programaren bidez Interneten (youtube) dauden bi iragarkien hainbat irudi kopiaitu eta inprimatuko ditu, kolorearekin.

Lehenengo iragarkia:

[Erabilgarria(2003/05/15):http://www.pozoblanco.es/http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=TAhIOWR4a3Y]

Bigarren iragarkia:

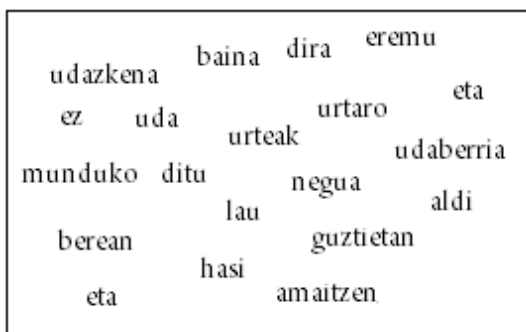
[Erabilgarria(2003/05/15):http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=JWm3WCHrcBM]

Gure iturriak bi iragarki desberdin direnez, nahiz eta iragartzen den produktua berdina izan, paper zati bakoitzaren atzeko aldean 1 edo bi zenbakia idatziko dugu, lehenengo edo bigarren iragarkiaren elementuak direla desberdintzeko.

Irakasleak azalduko die kutxa barruan hitzak eta irudiak daudela. Ilara bat osatu beharko dute eta banan-banan bakoitzak paper zati bat hartu beharko du. Baten batek hiru paper zati hartuko ditu. Behin kutxa hutsik geratu denean eta ikasle bakoitza bere lekura itzuli denean lau talde osatu behar dituztela azalduko die, bi irizpideen arabera, irudia edo hitza, eta bat edo bi zenbakia. Berak esango du gelako zein zonaldetan kokatuko den bakoitza. Talde desberdinetako paper zatiak dituzten ikasleek zeinetan jarri erabaki beharko dute eta soberan dituzten zatiak besteei eman, azkenean ikasle bakoitzak bi edo hiru paper zatirekin geratuko delarik.

Elkartrukea egin eta gero irudiak eta hitzak beraiek uste duten sekuentziaren arabera antolatuko dituzte. Ariketaren abiapuntua hobe uler dezaten eredu bat jarriko die. Arbelan hitz batzuk idatziko ditu, nahasita eta denon artean orden logikoa zein den adostuko dute. Jarraian irakasleak perpausa idatziko du. Eredua:

Hasieran:



Ondoren:

Urteak lau urtaro ditu, negua, udaberria, uda eta udazkena, baina ez dira munduko eremu guztietan aldi berean hasi eta amaitzen.

Ikus daiteke hasieran hitz guztiak modu berdinean aurkeztu direla, maiuskularik gabe eta hitzaren kokapena adierazten duen zeinurik gabe. Bigarrenean berriz, jada esaldia ordenatu denean, beharrezkoak diren zeinuak jarri ditugu eta idazketa arauak bete.

Eredua dela medio ariketaren nondik norakoa ulertu dutenean, ordenatzeari ekingo diote. Hitzak ordenatu behar dituzten bi taldeek koaderno bat erabili beharko dute, esaldia jasotzeko. Lau taldeek ordezkari bat aukeratu beharko dute emaitzarekin, konforme daudenean bakoitzak bere taldeak egindakoa erakutsi beharko duelako.

Talde bakoitzak bere ardurarekin amaitu duenean irakasleari esango dio eta besteek amaitu bitarte itxoingo du. Denak amaitzean, talde bakoitzeko ordezkariak bere paper zatiak hartu eta banan-banan besteei erakutsiko / irakurriko dizkie. Ondoren, aproposa iruditu zaien ordena zein den esango dute. Hitzek kasuan sortutako esaldia arbelean idatzi beharko dute. Gelakideek bere adostasuna edo desadostasuna erakutsi beharko dute bere aukera zein den esanez.

Lau taldeak egindakoa aurkeztu eta gero, ikasleak esaldi bakoitzari zein irudi sekuentzia dagokion esan beharko dute, bere erantzuna argudiatuz.

Azkenik, irakasleak Interneteko "Youtube"-en lortutako bi bideoak jarriko ditu (proiektorea eta ordenagailua erabiliz) eta talde bakoitzeko arduradunak, bere taldekoen laguntzarekin egindakoa ondo zegoen edo ez egiaztatu beharko du. Dauden bezala utzi edo aldatu eta gero, irakasleak talde bakoitzaren paper zatiak hartu eta bideoetan duten ordenaren arabera aurkeztuko ditu. Amaitzeko, bideoak berriro ikusiko dituzte.

Materiala:

- Bi iragarkietan aipatzen diren 66 hitz, bakoitza paper zati batean idatzita.
- Bi iragarkietatik kopiatu den irudi sekuentzia, 17 osotara. Gehigarrietan ikusgai.
- Bi iragarki.
- Edozein materialez egindako kutxa handi bat.
- Proiektorea.

- Ordenagailu bat.
- Klariona.

Denbora:

45 minutu

▪ **Bigarren saioa:**

Aurreko saioan erabilitako materiala, koadernoak izan ezik, kartulina handi batean jarriko dute. Goiko aldean irudian eta hauen azpian hitzak.

Ondoren, irakasleak ikasleek talde handian erantzun beharko dituzten hainbat galdera planteatuko ditu:

- Zer ziren aurreko egunean ikusi genituen bi bideoak?
- Non topa ditzakegu horrelakorik?
- Zein da iragarkien helburua? Zertarako egiten dira?
- Nork egiten ditu?
- Bideoetan zein bi tresna edo bide erabiltzen dira komunikatzeko? (Irakasleak ahotsoa edo soinua eta irudia esatea nahiko du, beraz galderaren noranzkoa ulertzen ez baldin badute ereduaren bitartez bideratzen saiatuko da).
- Aurreko egunean ikusi genituen bideoek zein produktu iragartzen zuten?

Galderak denon artean erantzun ostean gelako proiektorea erabiliz PPT bat aurkeztuko zaie. Bertan, honako informazioa ageri da: publizitatea zer den, zer egiten duen (informazioa igortzeaz aparte), bere eginkizunak edo helburuak eta hausnarketa bultzatzeko galdera batzuk. Ikasleak beti bezala ulertzen ez dituzten ideia edo kontzeptuak hobe azaltzeko eska dezakete. Metafora bezalako hitza agian ezezaguna izango da eta eredu sinple eta egoki batekin ulerterraza izango da.

Geroago, hausnartzeko galderen bidez, teoria mailan ikusitakoa eta bere esperientzia pertsonala harremanean jartzeko aukera izango dute.

Materiala:

- PPT PUBLIZITATEA.

- Proiektorea.

Denbora:

50 minutu

- **Hirugarren saioa:**

Hasiera

Irakasleak arbelean honako hitzak idatziko ditu: alaitasuna, tristura, kutsadura, euria, aberria, arropa, musika, generoa, ohiturak, osasuna, artea, kultura, egozentrismoa, itsasoa, emakumea, haurtzaroa, gizona, edertasuna, maitasuna, zuhaitza, itzala, dantza, janaria, edaria, frontoia eta lagunak. Hemen idatzita dauden ordenan idatziko ditu.

Gelako ikasle bati altxatzeko eskatuko dio eta honek nahi duen zozketa abestia kantatuz gelakideak banan-banan seinalatuko ditu. Behin amaitu duenean behatza berari begira duen ikaslea lehen hitzaren arduradura izango da, hots, alaitasuna. Irakasleak bere eskuinaldean edo ezkerraldean dagoen neska-mutila hurrengo hitzaren arduraduna den erabakiko du. Azkenean, ikasle bakoitzari hitz bat egokituko zaio. Azken hitzak soberan geratzen baldin badira ez dio axola. Ikasle taldea hipotetikoa denez, ezin izan dugu hitz kopuruan edo beste erabakietan zehaztasuna lortu.

Hurrengo egunerako egokitutako hitza adierazten duen irudi bat ekarri beharko dutela azalduko die, beraiek sortua. Marrazki bat izan beharko da, nahi duten orrialdean egina. Nahi baldin badute material osagarria erabili dezakete, itsasteko elementuren bat ... Irizpide bakarra egokitutako hitza izango da. Hurrengo eguneko lehen orduan, sortutakoa irakasleari emango diote, gelakideek ikusi gabe.

Jarraitzeko

Irakasleak eskolako hainbat loreontzi hartuko ditu eta jarraian azalduko dugun ariketa burutu ahal izateko, itxuraz aldatuko ditu. Eraldatze prozesua pare bat egun lehenago egin beharko du edo behar duen aurretiko denborarekin, ariketa klasean gauzatzen dutenerako prest egon dadin.

Gomendagarria litzateke loreontziek lurra eta loreak izatea, modu honetan, begietatik beste aldean geratzen dena ikusteko zailtasun gehiago edukiko dituzte. Loreontziaren alde batean marrazki bat egingo du, margo garbigarriekin edo bestela

orrialde zuri batekin egin dezake eta zeloarekin itsatsi. Beste aldean beste marrazki bat egingo du, modu honetan alde bakoitzean marrazki desberdina egongo delarik.

Materiala prest edukiko duen irakasleak, beharrezkoak diren adina loreontzi eramango ditu klasera, bat lau ikasleekiko. Bi ikasle beste biren aurrean kokatuko dira eta irakasleak erdian loreontzi bat uziko die. Ikasleek aurrean mahai bat edukiko dute bere koadernoan ikusten dutena irudikatu ahal izateko. Argi utzi beharko zaie loreontzia utzi eta bezain pronto ikusten dutena irudikatu beharko dutela, bere aulkitik altxatu gabe. Behin marraztuta, nahi izatekotan, koloreztatu dezakete.

Marrazkiarekin amaitutakoan, parean duten gelakideari ikusten dutena deskribatuko diete. Behean dugun loreontzia izanez gero hau esango genuke: zeramikazko loreontzian hiru lore mota daude, mitxoletak, bitxilore zuri-horia eta morek, handiak. Loreontzian sei puntetako izarra. Punta bakoitzean triangelu angeluzuzena dago, bakoitza kolore desberdinekoa: gorria, urdin argia eta iluna, berdea, arrosa eta morea. Erdian pentagono erregularra dago eta honen barruan begi bat.



Jarraian, egindako marrazkia elkarri erakutsiko diote eta azkenik, loreontzia biratuko dute beste aldea ikusteko. Gero taldeko eztabaidari ekingo diogu. Irakasleak galdera bat planteatuko du: zergatik edo zertarako uste duzue egin dugula ariketa hau? Bakoitzak bere ustea elkarbanatu nahi duenean eskua altxatu eta gelakideei azalduko die. Ikasleen usteetan, irakasleak helarazi nahi dituen ideiak ez baldin badaude, ikasleen interbentzioa amaituta aurkeztu egingo ditu.

Objektu batek hainbat ezaugarri ditu eta guk nahi duguna edo gure eskura dagoena ikus dezakegu. Kasu honetan adibidez, esan dezakegu hasiera batean

objektuaren erdia ezagutu dugula, beraz egi erdia besterik ez. Azkenean beste aldea ezagutu dugu. Gure egunerokoan berdin gertatzen zaigu. Guk gure iritzia edo ikuspuntua izan dezakegu, baina ez du esan nahi besteena baina hobeagoa denik. Batzuetan bi pertsona desberdin pentsatu arren, biek arrazoia izan dezakete, kontua da errealitate berdinarean zati bat besterik ikusten ez dutela, nahi dutena, interesatzen zaiena edo ikusten uzten dietena.

Iragarkiek batzuetan joko hau erabiltzen dute, produktu baten ezaugarri baikorrak besterik aurkezten dituztenean adibidez. Guretzako interesgarriena izan daitekeena erakusten digute, salmenta kaltetuko lukeen edozein informazioa alde batera utziz.

Materiala:

- Loreontziak: bat lau ikasle talde bakoitzarentzat.
- Errotulagailuak edo orrialde zuriak, margoak eta zeloak.
- Koadernoak.
- Arkatza eta margoak.

Denbora:

30-40 minutu

▪ **Laugarren saioa:**

Ikasleak gelan sartu baino lehen, aurreko eguneko hitzak arbelean berridatziko ditu, baina egun honetan soberan daudenak jaso gabe eta nahi duen ordena jarraituz. Ondoren ikasleek ekarritako irudiak gelan zehar sakabanatuta kokatuko ditu, museo bat balitz bezala. Erabilitako materialaren arabera paretetan eskegita (paperak baldin badira) edo mahaien gainean (harri batean marraztua baldin badago adibidez) utziko ditu. Marrazki bakoitzaren ondoan zenbaki bat jarriko du, batetik hasita.

Taldea klasera sartu behar denean eta atean dagoenean, hainbat azalpen emango dizkie:

- Gelan lasaitasunez sartu beharko direla.
- Ezingo dutela esan zein marrazki egin duten.
- Behin bere koadernoan hartuta gelan zehar paseatu behar dutela.
- Koadernoan batetik irakasleak esan bitarteko zenbakiak jarriko dituztela, zerrenda modura, eta bakoitzaren ondoan marrazkiak bere ustean adierazten duen hitza.

Azalpenak eman eta gero, klasera sartu eta erakustaldiarekin hasiko dira. Ikasleren batek zalantzak baldin baditu zenbaki batean edo batzuetan hutsune bat utz dezake.

Behin amaituta, ikasle bakoitza bere lekuan eseriko da. Irakasleak "1" zenbakia duen marrazkia hartu eta egileari hurbiltzeko eskatuko dio. Gelakide pare batek beraien ustez marrazkiaren bitartez adierazi bahi zuen hitza zein den esango dute, zergatia azalduz eta ondoren egileak propioa egingo du. Irakasleak orduan azalduko du:

- Marrazki hori sinbolo bat dela, sentimendua, egoera edo objektua irudikatzen duena. Zuhaitz baten marrazkia ez da benetako zuhaitza.
- Denak desberdinak garela eta hitz berdina eduki arren marrazki guztiak berdinak izango liratekeela.

Marrazki bakoitzarekin berdina egingo dute. Ikasleak jada arreta jartzen ez dutela ikusten baldin badu, saioarekin amaituko du hurrengo egunean jarraitzeko. Marrazki baten subjektibotasuna eta errealitatearekin duen distantzia ulertzeko zuhaitza baten irudikapen batzuk erakutsiko dizkie eta galderaren bat jasoz gero nork egin duen edo non topatu dituen esango die (ereduak gehigarrietan).

Materiala:

- Beraiek etxean egindako marrazkiak.

- Zuhaitzaren irudikapen ikoniko desberdinak.

Denbora:

45 minutu

- **Bosgarren saioa:**

Aurreko egunean ikasle guztien marrazkiak ikusi eta komentatu baldin bazituzten saioa ekintza berri batekin hasiko dute, bestela, aurreko egunean hasitako ariketari amaiera emango diote.

Ettxera bidalitako eskutitzean aldizkariak edota egunkariak eramateko eskatu genien gurasoei, beraz ikasleei. Bildutako materiala gelako txoko zurian egongo da utzita, modu honetan ikasleek nahi dutenean ikus dezakete. Saio honetan berriz ez da kontsultarako besterik izango, lantzeko eta aztertzeko baizik.

Ikasleak bertan azaltzen diren iragarkiak topatu beharko dituzte eta binaka bat aukeratu. Ondoren bere koadernoan “Iragarkiak aztertzen” izenburuaren pean erantzun beharreko galderak jasoko dituzte:

- Zer iragartzen du? Nola dakizu?
- Pertsonarik ageri al da? Nolakoa da / nolakoak dira (adina, sexua, itxura, azal kolorea ...)?
- Zein da pertsonaren /en eta iragartzen den produktuaren arteko harremana?
- Zein elementu daude irudian (pertsonak, marrazkiak, hitzak, ...)? Hitzak egotekotan zein da esaten dutenaren eta esan nahi dutenaren arteko harremana?
- Zein estrategia erabili dituzte produktua erakargarria izan dadin eta erosteko grina pizteko?
- Halako produkturik erosiko zenuke?

Eredu gisa iragarki baten azalpena eta azterketa egingo dugu. Horrela ikasleak zer nahi dugun ulertuko dute eta bere abiapuntua izango da. Irudia proiektorean jartzen saiatuko da, denek era egokian ikus dezaten, baina aukera hori ez izatekotan ahalik eta tamaina handienez inprimatuko du eta gelara eraman. Bigarren egoeran egotekotan, azalpenarekin hasi baino lehen, irudia eskuz esku arituko da denek ikusteko aukera izan arte.



3. Irudia: aztertzeko iragarkia.

- Zer iragartzen du? Nola dakizu?

Aurpegirako krema bat, azalaren bost irregulartasun ezabatzen dituen: orbanak, gorritasunak, kolore apala, zimurtasuna eta malgutasun galera. Krema botearen irudia azaltzen da, neska baten aurpegia eta beste idatzita dago.

- Pertsonarik ageri al da? Nolakoa da / nolakoak dira (adina, sexua, itxura, azal kolorea ...)?

Neska gazte bat ikus dezakegu, azal garbia duela dirudi. Azal lirainarekin ageri da, begi urdinak ditu eta hile horia.

- Zein da pertsonaren /en eta iragartzen den produktuaren arteko harremana?

Suposatzen da iragarritako krema erabiltzean, neskak duen azal berdina lor daitekeela, leuna, gaztea eta inperfekziorik gabekoa.

- Zein elementu daude irudian (pertsonak, marrazkiak, hitzak, ...)? Hitzak egotekotan zein da esaten dutenaren eta esan nahi dutenaren arteko harremana?

la plano erdia okupatzen duen eta ezkerrean dagoen aipatutako neska, kremak egiten duenaren inguruko azalpen txikia, letra larriekin, krema botearen irudia, 5 zenbakia tamaina nahiko handian eta honen barruan zuzentzen dituen bost irregulartasunak, zenbakiaren azpian produktuaren izena letra larri handiekin eta *berria* (nuevo) hitza. Hitzek informazioa ematen dute, produktuaren lorpenak zeintzuk diren, aldi berean marka zein den esaten digute eta azkenik produktua berria dela esaten digute.

- Zein estrategia erabili dituzte produktua erakargarria izan dadin eta erosteko grina pizteko?
 - Halako kremarik beharko ez lukeen neska bat aukeratzea, jada gaztea delako. Bere azala ez da kremari esker leundu, berez gaztea denez ildo horretakoa baita.
 - Aukeratu duten irudiarekin ez dute azalaren kontua bakarrik saldu nahi. Estetika eredu atsegina eskaintzen du, zentzu batean hau esan nahi dute: “krema honekin horrelako emakume eder eta gaztea izan zaitezke”. Berez, badakigu ezinezkoak dela krema batekin gure azal kolorea, begi kolorea edota hile kolorea aldatzea, baina halako edertasuna lor dezakegula sentiarazi nahi dute.
 - Neskaren begi koloreak, bost zenbakiarena eta elementu bisualen atzean dagoena urdina da. Kolore honek garbitasuna eta naturaltasuna adierazten dute.
 - Bost zenbakia ia neskaren aurpegiaren tamaina berdina du, argi utzi nahi dute irregulartasun asko konpontzen dituela.
 - “Berria hitza”: Publizitateak erabiltzen dituen zazpi hitzetako bat da. Berria dela esaten baldin badigute gudan honako bi ideiak pizten dira: alde batetik, probatu edo ezagutu beharrekoa dela (gure kuriositateari deitzen diote) eta bestetik, berria izanik aurrekoak baino hobeagoa izango dela, beraz arrakasta portzentajea altuagoa dela.
 - Krema botea distiratsua ageri da. “Kremarekin distiratu egingo duzu” esango baligu bezala.
- Halako produkturik erosiko zenuke?

Ikasle bakoitzak bere erantzuna eman beharko du, bere argudio propioak erabilita. Eredu hau ematean irakasleak bere ustea plazaratuko du.

Ariketa binaka egingo duten arren, ikasle bakoitzak bere koadernoan aipatutakoa jaso beharko du. Behin amaituta, koadernoan irakasleari emango diote, zuzendu dezan eta oraindik amaitu ez duen gelakide bikote bati lagunduko diote.

Denak ariketarekin amaitu dutenean irakasleak arbeleko ezker aldeak “EMAKUMEAK” hitza idatziko du eta eskuinaldean “GIZONAK” hitza. Bikote bakoitzak bere iragarkia hartu, altxatu eta gelakideen aurrean jarriko da. Ondoren denon artean zer iragartzen duen eta zein sexurako den erabakiko dute. Emakumezkoentzako baldin bada, iragarkia itsasteko elementu batekin, ezker aldean kokatuko dute eta gizonetzkoentzako baldin bada berriz, eskuin aldean. Biontzako produktua izatekotan erdian kokatuko dute. Modu honetan emakumeentzat eta gizonentzat produktu

desberdinak ekoizten direla ikusiko dute. Egoera hau eta bere zergatiaren inguruan pare bat minutu inguruan mintzatuko dira. Behin iragarki guztiak kokatuta daudenean, arbelari argazki batzuk aterako diote eta iragarkiak, aldizkarietatik edo egunkarietatik kendu dituzten arren, txoko zurian utziko dituzte berriro, mahaiaren gainean.

Materiala:

- Gelako txoko zurian dauden aldizkari eta egunkarietako iragarkiak eta irakasleak inprimatutako beste hainbat iragarki.
- Lan-koadernoak.
- Arkatza edo boligrafoa.
- Zeloak edo beste edozein material itsaskorra.
- Argazki kamera.
- Klariona.

Denbora:

40 minutu

▪ **Seigarren saioa:**

Irakasle bakoitza bere lekuan eserita egongo da eta irakaslearen galdera erantzuteko eskua altxatu beharko dute: nor zara galdera egiten digutenean, zeren inguruko informazioa ematen dugu? Erantzunak arbelean jasoko ditu. Azkenean honako elementuak gutxienez azaldu beharko dira: izena, adina, sexua, bizilekua, jaioterria eta afizioak. Lehen hezkuntzako ziklo bakoitzaren hasieran ikasle bakoitzak bere aurkezpena egiten du eta norberaren inguruko informazio hori ematen du.

Irakasleak azalduko die informazio hori objektiboa dela, beraiek eta ezagutzen dieten guztiek beraien inguruko informazio berdina emango dutela. Baina bere nortasuna nolakoa den galdetzen baldin badiegu, emandako informazioa subjektiboa dela esango dugu eta ziur asko beraiek bakarrik ezagutzen duten informazioa dela.

Koadernoan bere nortasunaren inguruan idazteko eskatuko diegu, *nolakoa zara?* galdera erantzun beharko dute alegia. Ariketa hau egiteko 15 minutu izango dituzte. Ondoren, irakasleak eskatuko die idaztitakoa kategorietan jar dezaten, hau da, deskribatu dituzten nortasun elementuan antzeman ditzaten eta zerrenda moduan jarri, adibidez:

- Koloreak
- Afizioak

- Harremanak lagunekin
- Familia
- Hizkuntza

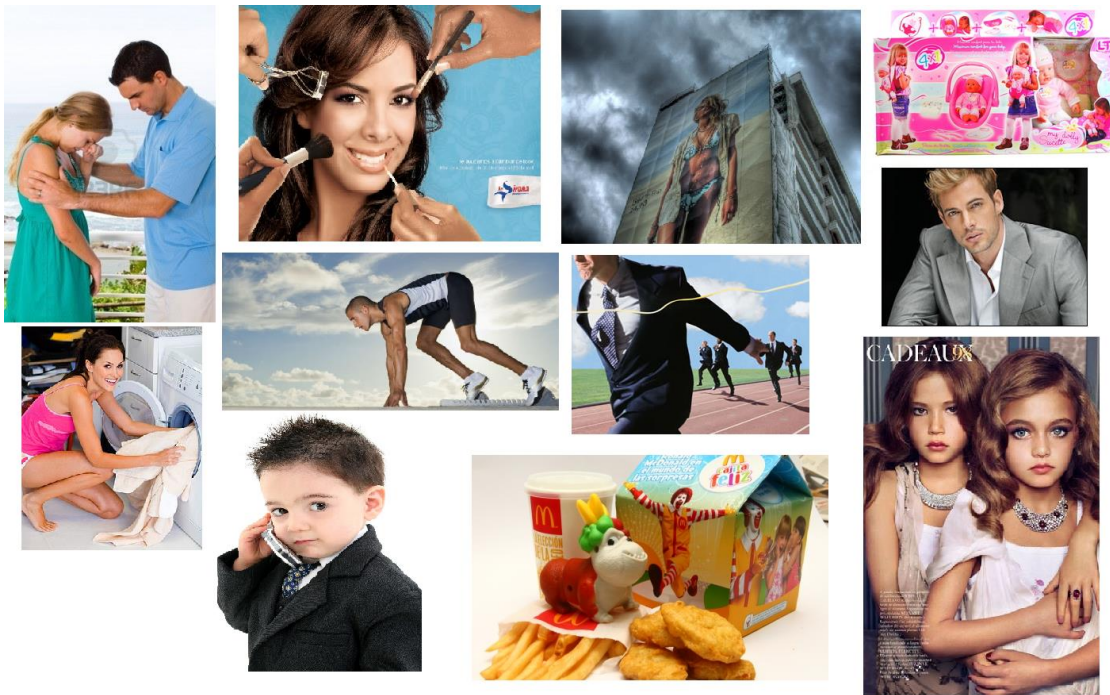
Kategorizatu eta gero ikasle bakoitzak bereak esango ditu, eta irakasleak arbelean idatziko ditu, errepikatu gabe. Azkenean, ikasle guztiek arbelean idatzitako kategoria guztiak bere koadernoetan izango dituzte, propioak arkatza edo boligrafoarekin eta besteenak bertze kolore batekin. Horrela bakoitzak garrantzia zeri ematen dion antzemango du eta besteek zeri ematen dioten. Irakasleak esango die denak ezberdinak izateaz gain gure buruaren inguruko informazio desberdina ematen dugula, arrazoi desberdinengatik:

- Hainbat gauza pertsonalegiak iruditzen zaizkigulako eta plazaratu nahi ez ditugulako (ez dugu nahi inork jakin dezan).
- Gu ere gure hainbat ezaugarri ezagutzen ez ditugulako, kontzienteak ez garelako.
- Hainbat ezaugarri besteak baino hobeagoak direla pentsatzean aukeraketa egiten dugulako.

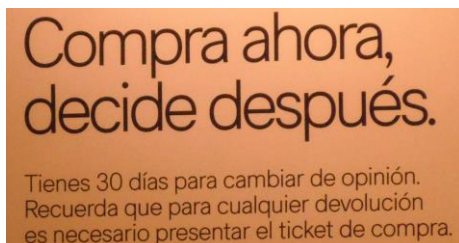
Geroago, batzuetan publizitatearen bidez *nolakoak izan behar garen* edo *zer egin behar dugun* esaten digutela aipatuko die, publizitatearen ezaugarriak teoria mailan aztertu genuenean aipatu bezala. Eredu bisual batzuk aurkeztuko dizkie. Bakoitzaren bider zein mezu bidaltzen diguten esan beharko dute.

Ikasle bakoitzak mezu bat aipatuko du, irudi batean mezu nagusia egoteaz gain bigarren mailakoak ere egon daitezke. Mezua saio hasieran egindako ariketarekin lotuko dute, kategorietako batekin. Irudiarekin harremanean dagoen hitzik ez balego, proposena zein den proposatu beharko dute. Irakasleak hitzak irudiaren atzeko atalean idatziko ditu eta aldi berean arbelean dagokionaren ondoan kokatu. Amaitzean arbelari argazkiak aterako diote.

Izan:



Egin:



Materiala:

- Arkatza edota boligrafoa, hau da, bi koloreko elementuak.
- Lan-koadernoa.
- Identitatearen eraikuntzan eragiten duten hainbat irudi.
- Argazki kamera.

Denbora:

45 minutu

Mari Ollo Alcasena

▪ **Zazpigarren saioa:**

Ikasle batek proposamen didaktikoa hasi zirenetik zer landu duten azaldu beharko du, modu eskematikoan. Laguntza gisa erabilitako lan-koadernoak ondoan izango du. Irakasleak ikasitako guztia kontuan hartuta, bere nortasuna adierazten duen sortze-lan bat eratu beharko dutela azalduko die. Sortze-lanak hiru atal izango ditu:

- Nortasunaren inguruan idatzitako testuan azaldutako kategoriak edo ezaugarriak. Kontzeptua nahi duten moduan adierazi dezakete: hitz bat, logotipoa, marrazkia ...
- Bere nortasun ezaugarriekin lotutako produktu edo markak.
- Nortasun ezaugarri baten edo beren buruaren inguruko iragarkia. Hau da, iragarki bat sortu beharko dute bere ezaugarri bat salmentan egongo balitz bezala edota beraiek saltzeko produktu bat izango balira bezala.

Zazpigarren saio hau bere auto-kontzeptuaren inguruko sortze-lana diseinatzeko izango da. Hiru atalak nola egingo dituzten zehaztuko dute eta bakoitzean zein elementu txertatuko duten. Bere sortze-lana nahi duten bezala egin ahalko dute, nahi duten formatuan. Irakasleak hainbat aukera aurkeztuko dizkie eta identitatearen inguruko hainbat eredu bisual erakutsiko dizkie. Aukera posibleak honakoak dira:

- Hiru dimentsioetan.
- Argazkien bitartez.
- Aurkitutako edo klasean erabilitako iragarkiekin collage modukoa osatuz.
- Bere egunerokoan erabiltzen dituzten tresnak aurkeztea, nortasunaren idazketan azaldutako elementuekin lotu daitezkeenak.
- Bideo bat egitea .
- Ppt bat prestatzea.
- Egunean zehar kontsumitzen dituzten produktuen inguruko zerrenda osatu eta bere izena, markak edota logotipoak erabiltzea.

Identitatearen inguruko eredu bisual desberdinak PPT baten bitartez aurkeztuko dira (gehigarrietan jaso ditugu). Ziur asko ikasleek zalantza ugari azalduko dituzte bere sortze-lana nola egin jakin gabe. Horretarako gelakideen laguntza jaso ahalko dute eta irakasleak beharrezkoak diren azalpen guztiak emango ditu. Kasu honetan, ez du emaitzaren adibide zehatzik jarriko, ikasleen sormena eta gaitasunak ez kutsatzeko.

Lagungarria baldin bazaie eskolako ordenagailu gelara edo liburutegira joan ahalko dira, beti ere talde txikietan egiten baldin badute. Klase amaieran bere ideia finkatu ez baldin badute eta oraindik egitura zehaztear baldin badago, lan-koadernoak etxera eramango dute, bertan bakarrik edo gurasoen laguntzarekin zehazten saiatu ahal izateko.

Materiala:

- Lan koadernoak.
- Arkatza edo boligrafoa.
- PPT IDENTITATEA.
- Proiektorea.
- Ordenagailua.
- Ordenagailu gelara badoaz ikasleentzako ordenagailuak eta liburutegira baldin badoaz liburuak.
- Aldizkariak eta egunkariak eta betako iragarkiak.

Denbora:

- 50 minutu

▪ **Hurrengo saioak:**

Aldez aurretik ezin dugu zehaztu zenbat saio beharko dituzten sortze-lanaren diseinuarekin amaitu eta ondoren eratu ahal izateko. Hau dela eta proiektuaren azken etapa honetan irakasleak malgutasuna erakutsi beharko du eta saioz-saio azken egitekoak moldatu. Gerta daiteke ikasle batzuk ideia oso argi izatea edota bere sortze-lana egiteko denbora asko behar ez izatea, hortaz gelakideak baino azkarrago amaituko dute. Egoera honetan amaitu duten ikasleek, atzerago daudenei lagunduko diete.

Lanean dauden bitartean irakasleak argazkiak aterako ditu eta bideoaren bat grabatuko du.

Materiala:

- Ikasleek behar dutena eta eskuragai dena (aurreikustea ezinezkoa da).
- Argazki kamera.

Denbora:

Bi edo hiru saio, baina malguak izango gara.

▪ **Azken saioa:**

Proiektu didaktikoan zehar sortutako eta erabilitako hainbat elementu bisual gelan kokatuko ditugu, museo txiki bat egiteko. Museoetan bezala, paper zati batekin elementu desberdinak identifikatuko ditugu. Ikasleak artista anonimoak izango dira, horregatik ez dugu izana jarriko. Elementuen kokapena ikasleen eta irakaslearen ardura izango da, hau da, elkarbanatutako ardura.

Materiala:

- Proiektuaren garapenean irakasleak ateratako eta inprimatutako argazkiak.
- Ikasleen identitate sortze-lanak.
- Paper zatiak elementuaren izena idazteko.
- Arkatza edo boligrafoa.
- Lehenengo saioko iragarkien irudia.
- Bigarren saiko publizitatearen inguruko PPTaren irudiak, orrialde batean inprimatuta.
- Hirugarren saioan erabilitako bi edo hiru loreontzi.
- Laugarren saioan erabilitako marrazkiak (hitz bat erreferentzia gisa izanik etxean egindakoak).
- Bosgarren saian erabilitako iragarkiak.

Denbora:

15-20 minutu

ONDORIOAK/ CONCLUSIONES

¿Qué podemos hacer como educadores para reducir la influencia que ejerce la publicidad sobre nuestros alumnos? ¿De qué mecanismos dispone la escuela para hacer frente a la impulsividad que puedan mostrar los alumnos como futuros consumidores? ¿Una propuesta dirigida al despertar crítico ante los medios publicitarios y a la consciencia del efecto en su identidad, podría lograr sus propósitos con alumnos de cuarto año de educación primaria.

El presente trabajo ha descrito y explicado ciertos aspectos que afectan al ser humano como ser individual y como ser social. Hemos hablado de identidad como factor individualizador y socializador al mismo tiempo. Durante este recorrido informativo se ha hablado de arte, cultura, cultura visual y publicidad. Este último elemento afecta a la par que utiliza todos los anteriores, es decir, la publicidad se vale del arte y de la cultura, en sus creaciones, del mismo modo que sus creaciones pasan a formar parte del bagaje cultural y artístico de diferentes sociedades.

Teniendo en cuenta que nuestros futuros alumnos recibirán repetidos impactos publicitarios durante su vida y habiendo demostrado que su influencia regulará en cierto modo su capital ideario, creemos más que necesario elaborar propuestas que sirvan como muro o como herramienta reflexiva ante los mensajes recibidos. El análisis publicitario se lleva a cabo entendiéndolo como un tipo de texto. Se analizan las estrategias lingüísticas, mencionado de manera poco profunda los aspectos visuales. En relación al tiempo que recibe el tratamiento de otro tipo de textos, podría decirse que el referente a los que proceden de la publicidad es realmente escaso.

Por ello consideramos que los educadores, como agentes relevantes en la vida de los alumnos, podemos desarrollar propuestas didácticas de diversa tipología (proyectos, unidades didácticas, etc.) que ayuden a promover la capacidad crítica. Para ello, será indispensable que nosotros dispongamos de mecanismos que nos permitan valorar nuestro ideario y a su vez que reconozcamos las estrategias que la publicidad emplea con jóvenes y adultos para incitar el consumo de productos o servicios. Entendemos que realizar ese chequeo mental no es tarea fácil, dado que requiere tiempo y juzgarse a uno mismo.

El hecho de valorar de una manera más o menos positiva nuestra conducta y sus porqués, no ha de hacerse de manera autodestructiva o con intención de minar la propia moral. Ha de ser simplemente una actividad que nos permita reconocernos y a su vez qué de nosotros dejamos que vean los demás. Por ejemplo, si estando en clase siempre que planteamos una pregunta pedimos que sea un alumno masculino el que responda, posiblemente sea debido a que de manera inconsciente damos mayor valor a sus conocimientos u opiniones.

Una vez llevado a cabo este primer paso, sería interesante celebrar una reunión con los padres, madres o tutores de los alumnos. Durante el desarrollo del marco teórico hablamos de que los niños hasta cierta edad debieran ver la televisión con sus padres y explicamos la razón. Por tanto, en dicha reunión trataríamos de hacerles llegar la importancia de un visionado común, por sus beneficios y por las posibles consecuencias si no se diese este acto compartido. El tono, al igual que en todas las reuniones celebradas tanto a nivel grupal como individual, será de comprensión hacia su situación diaria.

Independientemente de la actitud que los padres, las madres o tutores decidan adoptar, nuestra labor no hará más que sumar, sin delegar. Además de una propuesta cómo la elaborada cómo medida de freno ante la influencia de la publicidad, pueden llevarse a cabo una serie de actividades o rutinas que introduzcan el análisis publicitario equiparándolo al de otro tipo de textos.

Nosotros como educadores, podemos tomar alguna decisión de manera particular, pero sería necesario incluir el tema de la influencia publicitaria como tema transversal. De este modo los alumnos y familiares entenderían el tema bajo un criterio compartido y con suficiente importancia como para compartir protagonismo con otros como: equidad, conocimiento y cumplimiento de las normas, educación ambiental, educación para la salud, etc. De hecho, cómo ha quedado evidente, la publicidad afecta a concepciones individuales y sociales de las que se componen los ejes transversales de educación primaria.

La última interrogante planteada pretende hallar una afirmación como respuesta. Podría resultar ambicioso pensar que mediante la proposición didáctica elaborada se va a lograr mayor análisis crítico sobre la publicidad consumida y sobre cómo esta ejerce el constructo de identidad de unos alumnos potenciales. Sin embargo queremos confiar en que resultará efectiva, de hecho es la causa de su elaboración y de las características de la misma. Queremos dejar claro, que pese a nuestro optimismo, se trata hoy por hoy de una propuesta todavía, por lo que su adecuación se medirá al llevarla a la práctica.

Si afortunadamente tal circunstancia sucediera, se admitirá cualquier defecto o posible corrección que permita obtener los fines propuestos. Entendemos también, sin que sirva como excusa, que aquella persona que no entienda el espíritu de la propuesta o su teoría a la hora de llevarla a cabo, podría hacer naufragar este planteamiento.

ERREFERENTZIAK

- Acaso, M. (2006). *Esto no son las torres gemelas*. Barcelona: La catarata.
- Addison-Wesley, I. R. (2002). *ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN*. Madrid: ADDISON-WESLEY.
- Aquíles, C. A. (2002). *Sociología de la Identidad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Eguizábal, R. (2009). *Industrias de la conciencia: una historia social de la publicidad en España 1975-2009*. Barcelona: Barcelona: Península 2009.
- Erikson, E. H. (1990). *Identidad, juventud y crisis*. Madrid: Taurus Ediciones.
- europapress. (s.f.). Recuperado el 2013 de 05 de 28, de <http://www.europapress.es/tv/noticia-consumo-televisivo-medio-2012-marca-nuevo-record-historico-anual-20130103114322.html>
- Kohlberg, L. (1992). *Psicología del desarrollo moral*. Vizcaya: Desclee de Brouwer .
- Nazar, A. (2001). *Las mentes*. Iruña: La estepa.
- Viadel, R. M. (2003). *Didáctica de la Educación Artística*. Madrid: Pearson Educacion.
- Walters, Albert Bandura y H. (1990). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. Madrid: Alianza Editorial.

Jaurilaritza, E. (01 de 05 de 2013). *euskadi.net*. Recuperado el 01 de 05 de 2013, de Hiztegi Entziklopedikoa: <http://www1.euskadi.net/harluxet/>

GEHIGARRIAK

- Lehen Hezkuntzako bigarren mailako ikasleei egindako galdetegian erabilitako irudia:



- Materialak eta metodoak ataleko aztertze materiala:



Propuesta didáctica para la interpretación y lectura de la imagen en Educación Primaria/ Irudi publizitarioen irakurketarako eta interpretaziorako proposamen didaktikoa, Lehen Hezkuntzan



- **Proposamen didaktikoa aurrera eramateko materiala:**
- **Hasierako gutuna**

Guraso agurgarriak:

Hurrengo asteetan plastika arloan proiektu berri bati ekingo diogu. Publizitatearen inguruko analisiarekin hasiko gara eta horretarako, beti bezala zuen laguntza eskertuko genuke. Etxean aldizkariak edo egunkariak erosteko ohitura baldin baduzue, behin irakurrita edo ikusita zuen seme-alabei eskolara ekartzen uztea eskatzen dizuegu. Ekarrutako materiala sortze-lan baten eraketarako erabiliko dugu, hortaz jada behar ez duzuen materiala izan beharkolitzateke.

Proiektuari amaiera emateko gure gela museo txiki batean bilakatuko da, eta beste mailetako ikasleak eta irakasleak gonbidatuko ditugu. Espozizioa ikus dezazuen, baina zuen lan ordutegia ez kaltetzeko, gure gela irekia egongo da, klase orduetatik kanpo nahi duzuenean zuen bisita jaso ahal izateko. Modu honetan planteatu dugu gurtien artean bisita data berdina finkatzea zaila litzatekeelako. Etortzeko astia duzuenean zuen seme-alabak helaraziko diguten ohar baten bitartez jakinaraztea eskertuko genizueke.

Mila esker

Lehen hezkuntzako laugarren mailako tutorea

Querid@s padres/madres:

Durante las próximas semanas en la asignatura de plástica vamos a comenzar con la realización de un nuevo proyecto. Partiremos del análisis publicitario y para ello, como siempre, quisiéramos contar con vuestra colaboración. Si tuvierais la costumbre de comprar revistas o prensa escrita, nos gustaría que tras su lectura, nos las hicierais llegar por medio de vuestros hijos. El material recogido será empleado en la creación de un trabajo creativo, por tanto todo el material traído por los alumnos no se volverá a llevar a casa.

Para dar cierre al proyecto, nuestra clase se transformará en un pequeño museo y recibirá la visita tanto de alumnos como profesores de otras aulas. Para permitir que podáis disfrutar de la exposición sin perjudicar vuestra actividad laboral, nuestra clase permanecerá a vuestra disposición, siempre y cuando sea fuera del horario de clases. Lo hemos planteado de esta manera debido a la dificultad de fijar una misma fecha de visita para todos. Nos gustaría que una vez más, si os fuera posible venir, nos comunicarais vuestro día y hora de visita, a través de vuestros hijos.

Atentamente

La profesora de cuarto de primaria

Larraintzarren, 2013ko apirilaren 15ean

- Lehenengo saioa egiteko erabili beharko diren irudiak:

Lehenengo iragarkia:



1



2



3



4



5



6



7



8

Bigarren iragarkia:




Propuesta didáctica para la interpretación y lectura de la imagen en Educación Primaria/ Irudi publizatarioen irakurketarako eta interpretaziorako proposamen didaktikoa, Lehen Hezkuntzan

- Bigarren saioa egiteko erabili beharko diren irudiak:

PPT PUBLIZITATEA

PUBLIZITATEA

Errealitatea edo fikzioa?



Zer deritzozue egun batez publizistak izateari?

• Eta iragarkiek benetan esaten digutena aztertzeari?


HORIXE EGINGO DUGU

• Publizitatearen gaia landuko dugu ikusten dugunarekin kritikaagoak izatea lortzeko.

Aztertu baino lehen jakin nahi dugu zer den publizitatea...

Publizitateak ez du saltzen bakarrik

- 1. Produktuari buruzko **informazioa ematen du**
- Ideia edo balio bat **komunikatzen du**, **Arreta erakartzen du**, jendearengana iristeko
- Komunikatu eta **limurtu** egiten du **mezu** baten bitartez.



Informazioa eman:

2011ko urholdeen arazak erakusketa

Exposición de fotos inundaciones 2011

Exposición de fotos de las inundaciones de 2011 en el centro de la ciudad de San Sebastián. El objetivo de esta exposición es concienciar a la población sobre los efectos del cambio climático y la necesidad de tomar medidas para reducir el impacto de las inundaciones. Más información en: <http://www.ikurak.com/2011/05/2011ko-urholdeen-arazak-erakusketa/>

PUBLIZITATEA DA:

- RAE → komunikazio-sistema
- Helburua: berriak, iragarkiak eta merkataritza edukiak zabaltzea → **arreta erakartzeko**, jendeak produktu edo zerbitzu bat eros dezan.
- Prozesua:
 - **Iragarkiak**: publizitate agentzia baten zerbitzuak kontratatzen ditu → hark: **helburuko jendearengana** iritsiko den mezu bat diseina dezan → **komunikabideak**.

Hitz gakoak:

- Iragarkiek
- Mezua KOMUNIKABIDEEN bidez
- Ikuslea/ Entzulea/ Irakurlea: EROSLA POSIBLEA

PUBLIZITATEAREN TRESNAK

- Mezuren **errepikapena** (gero eta gehiago salmenta gehiago)
- Pertsonaia **famatuak**
- **Promesak**
- Modeloen **erreakzioa**
- **Metaforak** eta **sinboloak**
- Musika:
 - Espreski sortua
 - Jada ezaguna dena

PUBLIZITATEAREN TRESNAK


- "Hitz magikoak":
 - Doakoa
 - Berria
 - Azkenean
 - Nola
 - Egin kasu
 - Orain/ oraintxe
 - Zu, bai

Baina, zer da kritikoak izatea? Eman zure ustea

- Ikusten edo entzuten duguna aztertu.
- Egia edo gezurra izan daitekeen hausnartu.
- Buruari ekin.
- Alderatu.
- Gure erantzunak argudioetan bilakatu.

HAUSNARTZEKO GALDERA BATZUK, ERANTZUN MESEDEZ

• Ikusten duguna aztertzen dugu, edo ikusi baino ez dugu egiten? Zeregiten duzu zuk.




• Eduki nahi dugun guztia behar dugu edo publizitateak esaten digu behar dugula?


• Publizitateakba al du eraginik gutan?

- Noizbait erosi al duzu produkturen bat iragarkian gustatu zaizulako?
- Noizbait iragarkian aterata den norbait izateko desioa izan duzu?
- Zerk deitu dizue arreta? Kolorea, testuingurua, pertsonaia...

- Benetakoak al dira erakusten dizkiguten irudiak? Egia al diote?
- Informazioa ematean zuzenak al dira, edo adiera bikoitza erabiltzen dute?
- Zer saltzen da, produktua eta behama?



AZTERTU MODU KRITIKOAN:



GOGORA EZAZU

EROSI BAINO LEHEN, PENTSATU!!!!

- Laugarren saioa egiteko erabili beharko diren irudiak:



- Bosgarren saioa egiteko erabili daitezkeen iragarkiak:

- Zazpigarren saioa egiteko erabiliko diren eredu gisako irudiak:

PPT IDENTITATEA

